

Neulinger Ágnes

Társas környezet és sportfogyasztás

A folyamatos megerősítést igénylő tanult
fogyasztás

Marketingkutató és Fogyasztói Magatartás
Tanszék

Témavezető: Dr. Hofmeister Tóth Ágnes

© Neulinger Ágnes, Budapest, 2007

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástani Doktori Iskola

Társas környezet és sportfogyasztás
A folyamatos megerősítést igénylő tanult
fogyasztás

Ph.D. értekezés

Neulinger Ágnes

Budapest, 2007

TARTALOMJEGYZÉK

1. BEVEZETÉS, A TÉMA JELENTŐSÉGE	10
2. A SPORT PIACI MEGKÖZELÍTÉSE, SAJÁTOS JELLEMZŐI	13
2. 1. A SPORT FOGALMÁNAK MEGHATÁROZÁSA.....	13
<i>A sport definíciói.....</i>	<i>13</i>
<i>A szabadidősport és a professzionális sport megkülönböztetése.....</i>	<i>17</i>
2. 2. A SPORTTERMÉK.....	21
<i>A sporttermék elemei.....</i>	<i>22</i>
<i>A sporttermék sajátosságai.....</i>	<i>25</i>
3. A SPORT IS TANULT FOGYASZTÁS	33
3. 1. A SPORTTERMÉK ÉS A KULTURÁLIS FOGYASZTÁS KÖZÖTTI KAPCSOLAT	33
<i>A sportkultúra</i>	<i>33</i>
<i>A kulturális javak kereslete.....</i>	<i>34</i>
<i>A kulturális termék sajátosságai.....</i>	<i>34</i>
<i>A kulturális javakhoz való hozzáférés</i>	<i>35</i>
<i>A szabadidő szerepe</i>	<i>36</i>
<i>A szociális kapcsolat-háló befolyása a kulturális fogyasztásra.....</i>	<i>38</i>
<i>Tanulás, azaz a kulturális tőke felhalmozása</i>	<i>40</i>
3. 2. FOGYASZTÓI VISELKEDÉS A SPORTBAN – A SPORTFOGYASZTÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK ÁTTEKINTÉSE	48
<i>A sportrészvétel döntési modellje.....</i>	<i>49</i>
<i>A részvételt befolyásoló külső tényezők.....</i>	<i>54</i>
<i>A szituációs tényezők.....</i>	<i>57</i>
3. 3. A SZABADIDŐSPORT TÁRSADALMI JELENTŐSÉGE, A FOGYASZTÁS SZOCIÁLIS KÖRNYEZETE	58
<i>Szocializáció</i>	<i>58</i>
<i>A referenciacsoportok (szülők, barátok, kortársak) szerepe a sport részvételben.....</i>	<i>60</i>
<i>Az iskola szerepe a sport részvételben</i>	<i>62</i>
<i>A média szerepe a sportolásban</i>	<i>63</i>
<i>Társas interakciók a sportban</i>	<i>65</i>

4. A SPORTFOGYASZTÁS MAGYARORSZÁGON.....	67
4.1 A SZABADIDŐSPORT KÖRNYEZETE HAZÁNKBAN	67
<i>A lakosság demográfiai összetétele, egészségügyi állapota.....</i>	67
<i>A lakosság szabadidő felhasználása</i>	69
<i>A sport jogi és intézményi keretei</i>	70
4.2. A MAGYAR LAKOSSÁG SPORTOLÁSI SZOKÁSAI	72
<i>A felnőtt lakosság viszonya a sportoláshoz</i>	72
<i>A hazai ifjúság sportolási szokásai</i>	75
4.3. A SZÜLŐK ÉS A KORTÁRSÁK BEFOLYÁSA A SPORTOLÁSRA	78
4.4. A MÉDIA BEFOLYÁSA.....	80
ÖSSZEFOGLALÓ MODELL	86
5. AZ EMPIRIKUS KUTATÁS TERVEZÉSE	87
5.1. MODELL ÉS HIPOTÉZISEK	87
5.2. A KUTATÁS MÓDSZERTANA, FELÉPÍTÉSE.....	89
<i>Esszéek elemzése tartalomelemzés módszerével.....</i>	91
<i>A kvantitatív kutatás háttere</i>	93
<i>A mélyinterjúk megkérdezés háttere.....</i>	94
6. AZ EMPIRIKUS KUTATÁS EREDMÉNYEI.....	95
6.1. SPORTOLÁSI SZOKÁSOK, A SPORTHOZ VALÓ VISZONY	95
6.2. MOTIVÁCIÓK, A SPORTOLÁST TÁMOGATÓ ÉS A SPORTOLÁS ELLEN HATÓ TÉNYEZŐK	101
<i>A sportolás ösztönzői.....</i>	101
<i>A részvétel ellen ható tényezők</i>	102
<i>Az értelem és az érzelem szerepe</i>	107
6.3. A TÁRSAS KÖRNYEZET SZEREPE	109
<i>A szülők hatása: a biztatás inkább szavakban, mint tettekben jelenik meg.....</i>	110
<i>Az iskola az első sportélmények helyszíne.....</i>	111
<i>A kortársak (házastárs/ partner, testvérek és a barátok): a legerősebb hatás..</i>	114
<i>Az életmódváltozás hatás a sportolásra</i>	116
6.4. A TÁGABB KÖRNYEZET HATÁSA.....	118
6.5. HIPOTÉZISEK ELFOGADÁSA, ELVETÉSE	119

7. KÖVETKEZTETÉSEK	122
FOLYAMATOS MEGERŐSÍTÉST IGÉNYLŐ TANULT FOGYASZTÁS: A TÁRSAS KÖRNYEZET, A MÚLT ÉS A JELEN JELENTŐSÉGE	122
7. 1. A MAGYAR NEM SPORTOLÓ NEMZET	122
7. 2. A BARÁTOK FONTOSSÁGA, AZ ISKOLA SZEREPÉNEK FELÉRTÉKELŐDÉSE	124
7. 3. A TANULÁS JELENTŐSÉGE: A MÚLT ÉS A JELEN SZEREPE	126
7. 4. A KUTATÁS JELENTŐSÉGE, EREDMÉNYEINEK GYAKORLATI ALKALMAZHATÓSÁGA.....	127
7. 5. A KUTATÁS KORLÁTAI	128
7. 6. JÖVŐBENI LEHETSÉGES KUTATÁSI IRÁNYOK	129
IRODALOMJEGYZÉK.....	130
1. MELLÉKLET: MÉLYINTERJÚ VÁZLAT	144
2. MELLÉKLET: A TARTALOMELEMZÉS SORÁN AZONOSÍTOTT, KATEGORIZÁLT ELEMÉK	145
3. MELLÉKLET: A TARTALOMELEMZÉS ALAPTÁBLÁI	146
4. MELLÉKLET: AZ ORSZÁGOS LAKOSSÁGI KUTATÁS KÉRDŐÍVE.....	155
5. MELLÉKLET: AZ ORSZÁGOS LAKOSSÁGI KUTATÁS ALAPTÁBLÁI	159
6. MELLÉKLET: A VÁLASZADÓ ÉS TÁRSAS KÖRNYEZETÉNEK SPORTOLÁSA KÖZÖTTI ÖSSZEFÜGGÉSEK	168
7. MELLÉKLET: A VÁLASZADÓ ÉS TÁRSAS KÖRNYEZETÉNEK SPORTOLÁSA KÖZÖTTI ÖSSZEFÜGGÉSEK – FÉRFIAK	179
8. MELLÉKLET: A VÁLASZADÓ ÉS TÁRSAS KÖRNYEZETÉNEK SPORTOLÁSA KÖZÖTTI ÖSSZEFÜGGÉSEK – NŐK	191
9. MELLÉKLET: A VÁLASZADÓ ÉS TÁRSAS KÖRNYEZETÉNEK SPORTOLÁSA KÖZÖTTI ÖSSZEFÜGGÉSEK – 15-20 ÉVESEK	203
10. MELLÉKLET: A VÁLASZADÓ ÉS TÁRSAS KÖRNYEZETÉNEK SPORTOLÁSA KÖZÖTTI ÖSSZEFÜGGÉSEK – 21-30 ÉVESEK	207
11. MELLÉKLET: A VÁLASZADÓ ÉS TÁRSAS KÖRNYEZETÉNEK SPORTOLÁSA KÖZÖTTI ÖSSZEFÜGGÉSEK – 31-40 ÉVESEK	212
12. MELLÉKLET: A VÁLASZADÓ ÉS TÁRSAS KÖRNYEZETÉNEK SPORTOLÁSA KÖZÖTTI ÖSSZEFÜGGÉSEK 41 ÉV FELETTIEK	218

Ábrák jegyzéke

1. ábra: Sportkategóriák egymáshoz való viszonya.....	18
2. ábra: Megfogható és megfoghatatlan sporttermék.....	22
3. ábra: Az értékcseré folyamata a szabadidősportban, Shank (2002) alapján	24
4. ábra: A sportrésztvétel aktivitási foka.....	49
5. ábra: A sportban aktívan résztvevők modellje (Shank, 2002 alapján).....	51
6. ábra: A szocializáció folyamata.....	59
7. ábra: Összefoglaló modell	86

Táblázatok jegyzéke

1. Táblázat: A sportdefiníció kulcsszavai	16
2. Táblázat: A túlsúlyosság elterjedtsége a 10 év körüli gyermekek körében (%), Philip James és tsai, EU Conference on Obesity, 2002	69
3. Táblázat: Legkedveltebb szabadidő eltöltési módok, GfK Piackutató Intézet, www.gfk.hu	70
4. Táblázat: Fiatalok sportolása, nemek szerint.....	75
5. Táblázat: Fiatalok sportolása, korcsoportok szerint.....	75
6. Táblázat: A fiatalok által üzött sporttevékenységek	76
7. Táblázat: A „nem sportolás” okai.....	77
8. Táblázat: A kutatási módszerek.....	90
9. Táblázat: A sportolás okai.....	101
10. Táblázat: A sportolás mellett és ellen szóló érvek.....	106
11. Táblázat: Hipotézisek és a kutatási eredmények összevetése	121
12. Táblázat: Az összefüggés erőssége az egyén és környezetének sportolása között (ϕ értékek).....	121

Köszönetnyilvánítás

Nagyon sokan támogattak abban, hogy ez a munka létrejöheszen. Mindenekelőtt köszönettel tartozom témavezetőmnek, Hofmeister Tóth Ágnesnek, aki éveken keresztül biztatott, sok segítséggel, értékes gondolattal és tanáccsal támogatta a disszertáció megszületését. Nagyon köszönöm Hoffmann Istvánnénak, hogy bármikor fordulhattam hozzá a gondolataimmal, dilemmáimmal, hogy mindig segített továbblépni, fejlődni.

A disszertáció elkészülésének különböző fázisaiban nagyon sok támogatást kaptam, néhány nevet szeretnék kiemelni. Köszönetemet szeretném kifejezni Tibori Tímeának (MTA Szociológiai Intézet), Simon Juditnak (BCE), Bauer Andrásnak (BCE), továbbá Sz. Nagy Tamásnak, Szabó Ágnesnek és a Faludi Ferenc Akadémiának.

Köszönöm családomnak a támogatást és a biztatást, valamint férjemnek a sok türelmet és segítséget.

1. BEVEZETÉS, A TÉMA JELENTŐSÉGE

A sport kiemelkedő szerepet játszik a mai modern társadalomban. Jelentős gazdasági súlyán túl elvontabb értékekkel is bír, hiszen az aktív sportolás lehetőséget ad a személyes fejlődésre és a társas kapcsolatok kialakítására, ápolására is. Kelly (1982) szavaival élve „a sport olyan kikapcsolódást jelent, amely teljes mértékben igénybe veszi az embert, olyan, mintha a külvilág megszűnne számára. A koordinált mozgásban létrejövő test és lélek egysége, a képességeink fejlődésének bája, a strukturáltság és bizonytalanság közötti állandó feszültség miatt a sport nagyon különleges élmény.”

A sportolás rövid és hosszú távú kedvező hatásai jól ismertek. Az egyéni személyes előnyök mellett a sportolás támogatása révén a társadalom egészségi állapotának költséghatékony megőrzése is biztosítható. Egy egészségesebb társadalomban kisebb egészségügyi/társadalombiztosítási kiadásra van szükség, nő a termelékenység és a GDP, mindemellett csökken a munkahelyi hiányzás mértéke.

A „sportmarketing” kifejezés 1978-ban jelent meg először az Advertising Age című szaklapban. A fogalmat ekkor még nagyon szűken értelmezik; egyszerűen olyan marketingtevékenységként írják le, amely a sportot, mint promóciós eszközt használja. Többek között Mullin et al. (1993) bírálja ezt a korai meghatározást amiatt, hogy az figyelmen kívül hagyja a sportmarketing domináns részét, azaz a sporttermékek, sportesemények és sportszolgáltatások marketingjét. Ennek értelmében megkülönbözteti a sport marketingjét és a sport általi marketinget. A dolgozat az előbbivel foglalkozik.

A sport fogalmán belül megkülönböztethető egymástól a szabadidősport és a professzionális sport területe (2. fejezet). A dolgozat az előbbire, azaz az egyén számára rendelkezésre álló szabadidőben végzett sporttevékenységre koncentrál. A disszertáció célja, hogy bemutassa a szabadidősport fogyasztás jellemzőit, különös tekintettel az egyént körülvevő szűk társas környezet hatására. Annak megértése, hogy miért sportolnak az emberek, illetve hogyan ösztönözhető a sportolásban való részvétel, kiemelten fontos mind a magánszféra, mind az állam számára.

Előbbi esetében az üzleti érdek, utóbbiában a társadalom egészséges működésének biztosítása indokolja ezt.

Fontos kérdés, hogy a sport, mint termék lényegesen különbözik-e más termékektől, vannak-e egyéni, sajátos vonásai. Bemutatva a sport jellegzetességeit kijelenthető, hogy igen, a sportnak vannak olyan egyediségei (alapismérveiben, tartalmában, bemutatásában), amelyek mint terméket különlegessé teszik. Ez a terület így olyan kezelést igényel, amely eltér a „mainstream” üzleti marketing megközelítésétől. A 2. fejezet bemutatja a sportmarketing különböző aspektusait, a sportpiac területeit, mechanizmusait. Fontosnak érzem, hogy áttekintsem a sportfogyasztás környezetét, azokat az elemeket, amelyekkel egy sportfogyasztó találkozhat. Ebbe a környezetbe helyezem majd el a konkrét vizsgálati területet, amely már csak egy kisebb szeletét érinti a sportfogyasztásnak.

Ugyanezen megfontolásból kapott szerepet a szabadidő kérdéskörének bemutatása és a fogyasztói magatartás elemeinek vizsgálata a 3. fejezetben. Egy másik oldalról nyújtanak alapvetéseket, környezetet, így járulnak hozzá ahhoz, hogy a szabadidősport fogyasztása megismerhető legyen.

Több kutatásból is kiderül, hogy a sportban való aktív részvétel látványosan csökken az iskolai tanulmányok befejeztével. Ha egy fiatalnak az aktív és a passzív szabadidő eltöltési módok között kell választania, akkor gyakran az utóbbi mellett dönt. Damore (2000) több kutatás eredményt összegyűjtve állapította meg, hogy egy átlagos amerikai gyermek hetente 21-27 órát tölt a televízió előtt. Magyarországon ugyanez a helyzet. A 4-17 éves korosztály több mint napi három órát tölt televíziónézéssel. 2006. decemberében 3 óra 20 perc volt az átlagos tévénézési idő ebben a korcsoportban. (AGB Nielsen, 2006) Ez azt jelenti, hogy több időt töltenek a fiatalok a tévé előtt, mint bármilyen más tevékenységgel az alvást kivéve, de beleértve az iskolát és a házi feladat elkészítését. A televíziózás idejének növekedése együtt jár a sportolás csökkenésével, kevesebb időt tölt a gyermek a szabadban és megnő az elhízás veszélye is.

Aktívnak lenni több energiát és erőfeszítést követel meg – folyamatosan. Ezzel szemben a modern társadalom tagjai az azonnali, a jelenben élvezhető örömöket keresik, anélkül, hogy hosszabb távra terveznének. Meg kell érteni, hogy melyek azok a tényezők, amelyek átsegíthetik a ma emberét ezeken a nehézségeken. Úgy tűnik, hogy azonnali élményt, pozitív visszajelzést kell biztosítani a sportnak is. Ezt biztosíthatja a sportolás környezete, kiemelten a személyi, társas tényezők. Az előbbi megfontolások alapján foglalkozik a dolgozat kiemelten a társas környezetnek a „tanult, erőfeszítéses” fogyasztásra gyakorolt hatásával a 3. fejezetben.

A sportmarketing alkalmazott tudomány, így a kutatások eredményeinek a gyakorlat számára is hasznosnak és jelentőségteljesnek kell lenniük. Az elvégzett kutatásnak célja volt, hogy olyan ismeretekre tegyen szert, amelyek segítségével megérthető a sportolást befolyásoló legfőbb tényezők hatása, így az egyén szűk környezetének (család, barátok, iskola) jelentősége. Ezek az ismeretek elősegíthetik mind a profit, mind a non-profit szféra számára a lakosság sikeresebb megszólítását, hozzájárulva így egy aktívabb társadalom megteremtéséhez. (A hipotéziseket és az elvégzett kutatás eredményeit lásd az 5. és a 6. fejezetben)

2. A SPORT PIACI MEGKÖZELÍTÉSE, SAJÁTOS JELLEMZŐI

A sportban való részvétel fogyasztásnak minősül, hiszen a sportoláshoz sporttermékekre, sportlétesítményekre, sporteszközökre, sportruházatra van szükség, amelyek iránt a sporttal passzívan vagy aktívan foglalkozó ember közgazdasági értelemben keresletet támaszt. A szabadidőipar a fejlett országok GDP-jének egyre jelentősebb részét adja¹, az USA-ban átlagosan évi 3,2 %-os a piaci növekedés a szabadidősport-iparágban.

Mit jelent azonban maga a sport kifejezés? A definiálás könnyűnek tűnik, azonban Kelly-vel (1982) egyetértve megállapítható, hogy bár „sportágakat felsorolni könnyű, a definíció, amely paramétereket húz a sport köré, egyértelműen magában foglalva és egyúttal kizárva bizonyos tevékenységeket, már kevésbé egyszerű.” A fejezet célja, hogy meghatározza a sport jelentését, annak legfőbb jellemzőit, illetve, hogy értelmezze a professzionális és a szabadidősport közötti különbséget.

2. 1. A sport fogalmának meghatározása

A sport definíciói

A sport története egyidős az emberiség történelmével, igaz a sport történelmi korszakonként mást és mást jelentett. Kőkorszaki barlangrajzok motívumai tanúsítják, hogy már a történelem előtti ember is végzett a mai értelemben sportnak tekinthető tevékenységet. Egyes sportágak már az ókor óta léteznek, így például a birkózás vagy az íjászat. Az ókor sporttörténeti jelentőségét leginkább az határozza meg, hogy Olimpiai Játékaival a sport szervezett és szabályozott kereteit teremtette meg. Már nem a túlélés és az ételszerzés szükséglete vezérelte a minél tökéletesebb testmozgás elérését, hanem a győzelem, az élvezet, a siker és a szórakozás a sportban résztvevők és a sporttevékenységet nézők számára.

¹ 1985 és 1995 között Angliában megduplázódott – 5 milliárd fontról 10,4 milliárd fontra – a fogyasztók összesített szabadidősportra fordított kiadása (Gratton, 2000).

A mai sport nem egyszerű folytatása az ókorinak, a két sportéra alapjaiban különbözik egymástól. Elias „A sport eredete, mint szociológiai probléma” (1971, In: 1998) című tanulmányában a modern sportot teljesen új jelenségként definiálja, amely nem tekinthető egyszerűen az ókori játékok folytatásának. Az antik sportvilágban a játékosok szerepe, a szabályok és a résztvevők teljesítményének megítélése is más volt. A modern sportban jelentek meg először a fair play elemei, korábban, az ókorban az erőszak természetességgel elfogadott volt. Akkor a társadalom nagyobb mértékben tolerálta a játék során előforduló agressziót, sőt a sportoló által bemutatott erő, megfélemlítés mértéke egyúttal a harcos küzdőszellemét, harciasságát is demonstrálta.

Digel (1995) „A sporttudomány: ma” munkájában arra hívja fel a figyelmet, hogy egyes jellemzők, amelyek egykor kétségtelenül a sport klasszikus jegyeinek számítottak, ma már viszonylagossá váltak. A mai professzionális sportban kisebb hangsúlyt kap a játék, a játékoság, amely annak elüzletiesedésével munkává alakult át. Egyúttal a szabadidősport illetve a sport rehabilitáció sajátossága lett, hogy a teljesítmény és a teljesítmények összehasonlítása sokszor csak indirekt szerephez jut, illetve másodlagossá válik azáltal, hogy a verseny, a versengés részben vagy teljesen hiányzik belőlük. Igaz egyes szerzőknél a verseny az ember önmaga ellen vívott küzdelmeként is megjelenhet, ebben az értelemben tehát nem tűnik el². Ráadásul ma sportnak tekintjük a mozgást nélkülöző szellemi küzdelmet, a sakkot is.

A sport együtt civilizálódott a társadalommal, így szelídült a párbaj vívássá, a vadászat lóversennyé.³ Ezzel együtt jelent meg a sportban az öröm és a felszabadultság érzése, a vérre menő küzdelmet felváltotta a játék örömeért végzett tevékenység. Ez igaz még akkori is, ha a mai professzionális sport üzleti céljai komoly feszültséget, stresszt, vagy akár egészségkárosodást is okozhatnak a sportolóknak.⁴

2 Loy (1968) például egyének között, csapatok között, egyén/ csapat és élő természet között (bikaviadal, vadászat), egyén/ csapat és élettelen természet (hegymászás) között, egyén/ csapat és valamilyen ideál (idő, tér, önmagunk) közötti dimenziókban értelmezi a versenyt.

3 Bővebben lásd, Hadas Miklós 'A modern férfi születése' c. munkáját (2003)

4 Bővebben lásd: Tamás Tibor 'Homo ludens-e a sportoló?' (1998)

A sporttal foglalkozó tudományos munkákban a 'sport' definiálásakor leggyakrabban a következő kulcsszavak fordulnak elő:

- Erőfeszítés
- Teljesítmény
- Szervezettség
- Szabályok
- Verseny
- Stratégia
- Élmény

Az 1. táblázat jól tükrözi a sport megközelítésének sokszínűségét. Igaz a hivatkozott szerzők álláspontját befolyásolja szakterületük és a kor, amelyben tevékenykedtek, mégis a gyűjtemény önmagában jól mutatja, hogy a sportfelfogás igen színes és nemcsak korszakok között, de egy adott korszakon belül is eltérhet. Vannak rendszeresen feltűnő, klasszikus elemek, mint például a verseny jelenléte, ugyanakkor mások a játékosságot vagy a sport társadalomformáló erejét hangsúlyozzák.

Az Európai Sport Charta 2. cikkelye (1993) szerint sportnak számít minden olyan fizikai tevékenység, amely esetenként vagy szervezett formában a fizikai jól-lét és szellemi erőnlét fejlesztését szolgálja, társadalmi kapcsolatok teremtése vagy különböző szintű versenyeken való eredmények elérése céljából.

Az UNESCO (1983) a kérdés definiálásánál össztársadalmi nézőpontot követve három értelmezési szintre tesz javaslatot. Eszerint a sport kifejezés alatt a nemzeti stratégiákat és terveket érti, amelyek a sportszínvonal emelkedésének elérését szolgálják. A „mindenki sportja” (sport for all) egyenlő az egészség, a fitness és a rekreáció népszerűsítésével és a demokráciára való neveléssel. Külön megkülönbözteti a hagyományos játékokat és a táncot, amelyek esetében kiemeli a nemzeti örökségek és kulturális tevékenységek fejlesztését és védelmét, az ifjúsági mozgalmak ösztönzésével.

Szerző(k)	A sport definíció kulcsszavai
Huizinga (1955)	Szabad tevékenység, nem kötődik anyagi érdekelttséghez, profithoz, saját szabályrendszere van
Caillois (1961)	Szabad, térben és időben korlátozott, bizonytalan, nem produktív, szabályok által vezérelt és szerepjáték (a való világon kívüli)
De Grazia (1963)	Tiszta szabadidő, olyan tevékenység, ami önmagáért van.
Loy (1968)	Formalizált vagy nem formalizált játék, társadalmi intézmény, társadalmi rendszer
Bourdieu (1978)	Különös, másra vissza nem vezethető társadalmi jelenség
Takács (1979)	Testkultúra
Kun, Sipos (1979)	Teljesítményközpontúság, fizikai és szellemi, szabad játék
Heinemann (1980)	Testmozgás, teljesítményelv, társadalmi normák által szabályozás, nem produktív
Kelly (1982)	Szervezett, fizikai erőfeszítés, összemérés, szabályok és formák
Spears, Swanson (1983)	Testi (fizikai) bátorság és érzék, verseny, stratégia és/ vagy esély, bekapcsolódás az élvezet és az elégedettség miatt
Elvin (1993)	Verseny, fizikai aktivitás, szervezeti keretek, a kimenetel befolyásolja az élmény minőségét
Dénes, Misovicz (1994)	Szabadidő, testgyakorlás, játék, versengés
Wann (1997)	Képességek, érzék, verseny, stratégia és/ vagy esély, bekapcsolódás az élvezet és az elégedettség és/ vagy az egyéni haszon, nyereség miatt
András (2003)	Klasszikus értelmében fizikai erő kifejtés, versengés, szabadidőben végzett tevékenység

1. Táblázat: A sportdefiníció kulcsszavai

A szabadidősport és a professzionális sport megkülönböztetése

A szabadidősport és a hivatásszerűen űzött, profi sport között különbséget kell tenni. Ugyanakkor ez a különbségtétel nem azt jelenti, hogy két egymástól teljesen elszigetelt jelenségről van szó. A szabadidősport és professzionális sport számos egyezőséget is mutat, a következő pontok az eltéréseket szemléltetik.

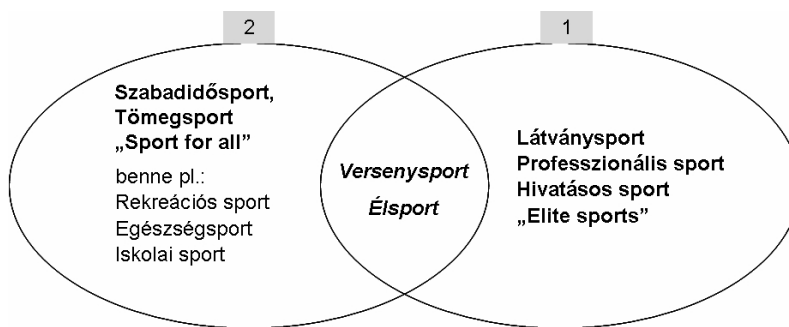
1. A professzionális sport a kimagasló sportteljesítmény elérésére, a teljesítmény folyamatos növelésére, a tehetségre fókuszál. A szabadidősportban a győzelem, a csúcsteljesítmény nem elsődleges. Fontosabb a jól-lét, az egészségmegőrzés, a játék, a testsúly, kondíció megőrzése, a társasági élet.

2. A két területen más viselkedésforma érvényesül. A tevékenység maga lehet azonos, de a gyakorlat elvégzése, az edzés és az eredmény eltérő. A kézilabda játékos futása az edzéstervének egy részét jelenti, annak hossza, a teljesítés módja szakszerűen kitalált és elvégzett. A szabadidős kocogó esetében a futás a teljes sporttevékenységgel egyenlő, tehát a végzett tevékenység szintjén magát a végcél jelenti.

3. A fentiekből eredően a motiváció is eltérő. A hivatásos sportolót ösztönzi az, hogy minél jobb eredményt érjen el, illetve további (külső) kényszerszert jelent a szerződése, amely akár a rendszeresen lefutandó távot, mint kötelezettséget is tartalmazhatja/ előírhatja. A szabadidejében sportoló kedvtelésből fut.

Igaz számára is fennállhat belső, illetve külső kényszer, mint például az önmaga felé támasztott elvárások, a társas környezet kíváncsága a csinos alak iránt vagy akár egészségügyi okok, ám ez a kényszer észlelt és közvetett szemben egy szerződés kötelezettségeivel.

Hazánkban a sport definiálása további nehézségeket hordoz magában. A sport mai magyar szóhasználatában kétféle terminológiával találkozhatunk. Egyrészt megtaláljuk a 'régi', azaz a rendszerváltozás előtti, másrészt az 'új', azaz a rendszerváltozás utáni szóhasználatot is. Ezek egyszerre, egymás mellett vannak jelen, sokszor anélkül, hogy a köztük lévő különbség valójában kiderülne.



1. ábra: Sportkategóriák egymáshoz való viszonya

A fogalomcsoportok elkülönülését a részvételi cél különbözősége indokolja. Az első csoportba tartozó kifejezések a sportban professzionálisan, munkaszerűen résztvevőket illetik. A sportrajongók, a nézők ebben az esetben passzívan követik a látványt, nézik/ hallgatják az eseményt. A második csoport szavai a sportban aktívan, szabadidejükben résztvevők tevékenységét jelöli. Számukra a sport a kikapcsolódást, a szabadidő eltöltésének módját jelenti. Középpont szerepel az élsport és a versenysport kifejezés, amelyeknek mind a két csoporthoz kötődően van értelme, hiszen „főállásban” és szabadidőben is űzhetők.

Az egy-egy csoportba tartozó fogalmak közé azonban korántsem lehet egyenlőségjelet tenni. Az első blokk meghatározásainak szinte mindegyike mást és mást jelent, hasonlóképpen különbségek vannak az utóbbi szócsoporthoz tartozó elemek értelmezésében is.

A professzionális és a hivatásos sport a sporttörvényt követve, a hivatásszerűen, szerződéses jogviszony keretében folytatott sporttevékenységeket jelzi. Többjelentést hordoz magában a látványsport megnevezés, hiszen itt azontúl, hogy a sportolók hivatásszerűen sportolnak, a sportág jellegéből adódóan szórakoztató, látványos, jól közvetíthető, így jól is értékesíthető. A látványsportok közé tartoznak például a labdajátékok. Piaci viszonyok között csak a látványsportok életképesek, így ebben az értelemben egyenlővé válnak a professzionális sporttal. Azt ugyanis nem érdemes hivatásszerűen űzni, ha nem lehet belőle megélni.

Ma Magyarországon a sportba befolyó pénzek révén számos olyan sportág van, amely nehezen eladható (pl. kajak-kenu), mégis sokan, igen sikeresen, hivatásszerűen űzik, így a két fogalom értelme eltér egymástól.

A versenysport a sporttörvény alapján a sportszövetség, sportági szakszövetség által szervezett versenyrendszer keretében végzett sporttevékenységet jelenti. Az élsport a sportteljesítmény felső, elit rétegét jelöli, ahol a sporteredmények a legkiemelkedőbbek, a sport elsődleges célja a képességek fejlesztése, a győzelem. A fogalom az elmúlt rendszer sportstruktúrájához kötődik, felülről irányított jelleget hordoz magán. Mindkettőre igaz, hogy a sportolók amatőrök és profik egyaránt lehetnek, így ezek a fogalmak mind a szabadidő, mind a professzionális sportok körében értelmezhetőek. Egyes sportokban a magyar bajnok, aki rendszeresen indul hazai és nemzetközi versenyeken, amatőr sportolónak minősül, amennyiben főállása mellett, a szabadidejében végzi a sporttevékenységet.

A tömegsport – élsport megkülönböztetés a rendszerváltozás előtti időkbe nyúlik vissza. Kozma - Nagy (2002) szerint a tömegsport magán viseli a felülről kezdeményezett jelleget, ahol a cél a népesség nagy hányadának a megmozgatása, a közösségformálás volt. Használatát ma sokan kerülik, mert a fogalom devalválódott felülről kezdeményezettsége, a központi döntéshozók általi meghatározottsága miatt. Helyette egyre inkább a szabadidősport kifejezés használata terjedt el.

A szabadidősport a „sport for all” angol meghatározáshoz áll közel, ahol a lakosság szabadidejében végzett sportolásáról van szó.⁵ Olyan sporttevékenységet jelent, amelyet „a szabadidőnkben kikapcsolódás, felfrissülés illetve egészségünk óvása, teljesítőképességünk megőrzése vagy növelése céljából végzünk”. (Kovács, 2002)

A szabadidősporton belül több speciális terület is megkülönböztethető, így például a rekreációs sport, egészségsport, iskolai sport. A rekreációs sport célja a jó közérzet, valamint az egészség elérése, visszaszerzése, megőrzése.

⁵ A „sport for all” kifejezésnek a tömegsport elnevezés is megfelel, ugyanakkor a fogalom szocialista gyökerei miatt a dolgozat inkább a szabadidősport elnevezést használja.

A teljesítmények fokozásában az egészségügyi szempontokat előrébb sorolja, mint a sportági elvárásokat. A sport ebben a megközelítésben olyan (fizikai) eszköz, amelynek révén jól-lét, minőségi élet jön létre. Hasonlóképpen lehet értelmezni a 'fizikai aktivitás' kifejezést is. Abban az esetben használható, ha a sportszerűen aktív tevékenységből hiányoznak a sport klasszikus elemei, mint például a verseny vagy a játék. Optimális, nem maximális teljesítmény elérésére törekszik. Többek között a fitness különböző ágai szerepelnek ebben a kategóriában.

Az egészségsport célja a legspeciálisabb, a leginkább fókuszált. Olyan rendszeresen végzett testmozgást jelent, ahol kifejezetten az egészségi állapot javítására, megőrzésére, valamint a betegségek megelőzésére irányul a sportolói szándék. A kategória a rekreációs sport, tágabb értelemben a szabadidősport része.

A köznyelvben, de sokszor a sportszakmában is problematikus az amatőr sport besorolása, a törvény egyértelmű megállapítása ellenére. Amatőr sportolónak minősül az, aki nem jövedelemszerzési céllal, nem foglalkozásszerűen folytat sporttevékenységet (Sporttörvény, 2004, 1§).

Nemzetközi viszonylatban gyakori a sportolók fél-professzionális státusza. A sportolók civil főállásuk mellett mellékállásban sportklubjuk alkalmazottai, fizetést kapva munkájukért, sporttevékenységükért. Habár ez nálunk nem jellemző, a megközelítés bújtatva mégis megjelenik. A korábbi politikai rendszer áthagyományozta a sportolók ún. „ál-amatőr” státuszát. Akkor azokat az élsportolókat jelölte ez a kategória, akik főállású munkahellyel rendelkeztek, ezért fizetést kaptak, de munkahelyük helyett a sportpályán kellett teljesíteniük, azaz edzeniük, versenyezniük.

Hazánkban a 2004. évi I. törvény a sportról a következő módon határozza meg a sportot, illetve a fogalomhoz szorosan kötődő kifejezéseket:

- Sporttevékenység: meghatározott szabályok szerint, a szabadidő eltöltéseként kötetlenül, vagy szervezett formában, illetve versenyszerűen végzett testedzés, vagy szellemi sportágban kifejtett tevékenység, amely a fizikai erőnlét és a szellemi teljesítőkéesség megtartását, fejlesztését szolgálja;
- Versenyszerűen sportoló (a továbbiakban versenyző): az a természetes személy, aki a sportszövetség által kiírt, szervezett, vagy engedélyezett versenyeken vagy versenyrendszerben vesz részt. A versenyző vagy amatőr, vagy hivatásos sportoló;
- Hivatásos sportoló: az a versenyző, aki jövedelemszerzési céllal, foglalkozásszerűen folytat sporttevékenységet. Minden más versenyző amatőr sportolónak minősül.

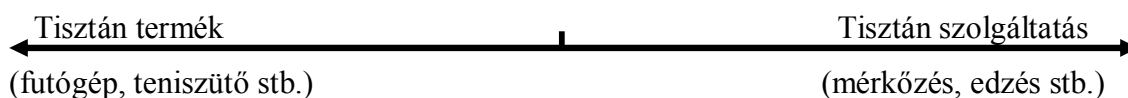
A dolgozat a sportot és a sporthoz kötődő kifejezéseket a 2004. I. sport törvény szellemiségében használja.

A bevezető, általános részekén túl a dolgozat fókuszában csak az aktív, fizikai részvétellel végzett szabadidősport áll, azaz sem a szellemi sportágak, sem a professzionális sport, sem a passzív nézői szabadidősport nem képezi vizsgálatának tárgyát. Ezek a területek jellemzően összehasonlítási céllal jelennek meg.

2. 2. A sporttermék

A sporttal való találkozás egyúttal a sporttermékkel való találkozást is jelenti. A sporttermék is „elfogyasztódik”, van kereslete és kínálata, igényli a marketing megközelítést, éppúgy, mint bármilyen más jószág, amely piacra kerül. Igaz, jellemzői miatt ez a megközelítés az átlagtól eltérő követelményeket támaszt. A termékek megoldásokat jelentenek, hasznosságot képviselnek a fogyasztók számára. Ez a hasznosság egyaránt köthető a termékek fizikai és szimbolikus tulajdonságaihoz.

A termék fogalma magában rejti a tárgyasult, kézzelfogható javakat, a megfoghatatlan szolgáltatásokat, de a személyeket, helyeket, szervezeteket és eszméket is, hiszen mindezek felkínálhatók a piacon igények és szükségletek kielégítésére. (Kotler, 1998)



2. ábra: Megfogható és megfoghatatlan sporttermék

A sport természete, alapértékei, megnyilvánulási formái különlegessé teszik a sportterméket. Ahogy Mullin (1983) megállapítja, a sport és ezáltal a sporttermék olyan sajátos jellemzőkkel bír, amely a szokásostól eltérő megközelítést követel az üzleti életben. Ezek elsősorban a megfoghatatlan sportszolgáltatás esetében igazak, de egyes esetekben a megfogható javakra is érvényesek.

A sporttermék elemei

A sporttermék részeit – amelyek akár önállóan, akár egymást kiegészítve vehetők igénybe – a következő elemek jelentik (lásd többek között Mullin et al. 1993; Hoffmann, 2000; Shank, 2002):

- tárgyasult, fizikai jellemzőkkel rendelkező tárgy (pl. súlyzó, mez, teniszcipő);
- szolgáltatás (pl. aerobik óra, tenispálya bérleti lehetőség);
- személy (pl. Kovács Ágnes, David Beckham, sztársportolók);
- szervezet (pl. Magyar Íjász Szövetség, Bajnok Fitnesz Klub);
- hely/helyszín (pl. Balaton, Dobogókő, bármely szabadtéri rendezvény helyszíne vagy a sportcsarnok);
- eszme, imázs (egészséges életmód, fittség stb.).

Ezek a sporttermék-elemek a következő csoportokba rendeződve kerülnek 'elfogyasztásra':

- Sportesemény

Magában foglalja a sportjátzmákat, mérkőzéseket, a sportcsarnokot (helyszínt), a sportolókkal, sportsztárokkal együtt. A sportfogyasztás történhet aktívan és passzívan egyaránt (pl. amatőr futóverseny résztvevői az aktív, a nézők a passzív oldal képviselői).

- Sporttárgyak

Minden sporteszköz, sportruházat, továbbá a sport-lábbelik alkotják ezt a csoportot, de ide tartoznak az ereklyék, emléktárgyak is.

- Sportolás, edzések

Aktív sportrésztvételt jelent, a sportfogyasztó által végzett tevékenységek összessége, beleértve a sportoláshoz kötődő egészségügyi szolgáltatásokat (pl. sportmasszázs), de részét képezik a sporttáborok is.

- Sporthírek

A sportról szóló tudósítások különböző csatornák segítségével juthatnak el a közönséghez. A sporthírek fogyasztása a média közvetítésével történik, így többek között napilapok, magazinok, rádió- és televízió csatornák, Internet oldalak hozzáféréseinek a megvásárlásával jut hozzá a sportfogyasztó.

A sport nemcsak a sportban aktívan vagy passzívan résztvevők számára termék. A sport iránt a következő csoportok részéről jelentkezik kereslet:

- az egyén, aki nézőként vagy résztvevőként támaszt keresletet a sport iránt
- a szponzor/támogató, aki a sport finanszírozásában üzleti vagy más alapon vesz részt
- a média, amely a sportesemény közvetítése iránt jelentkezik kereslettel

A társas cserefolyamat paradigmája a társadalom tagjai vagy intézményei között zajló cserére fókuszál. A csere feltételei a következők (Carman, 1980):

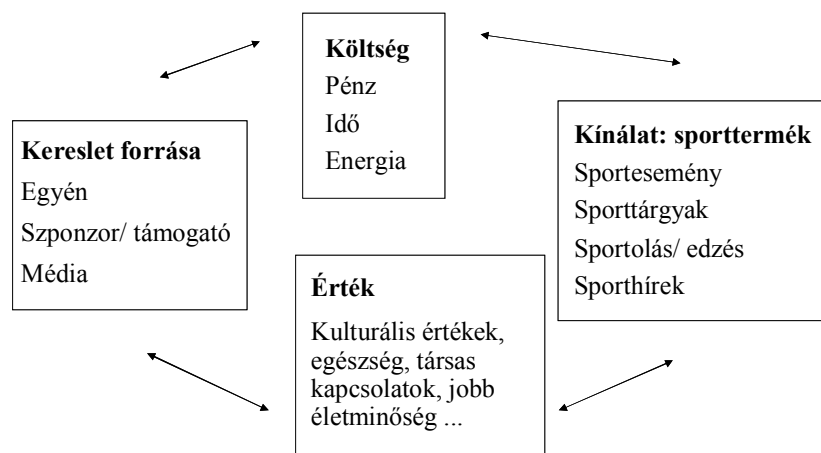
- (1) Olyan javak, amelyek a csere tárgyát képezik, magukba foglalnak megfogható, és elvont, szimbolikus javakat egyaránt
- (2) A csere tárgyhöz (lásd fentebb: javak) érték, hasznosság, jutalom kötődik
- (3) A felek között kapcsolat, kölcsönhatás van
- (4) Legalább két szereplő vesz részt a folyamatban

Ugyanakkor a fenti általános feltételeken túl a marketing megközelítés számos specifikációt igényel.

A cserének:

- (1) magában kell foglalnia valamilyen mértékű szabadságot, azaz a résztvevők döntési lehetőségét, hogy adott cserében részt vesznek-e avagy sem
- (2) magában kell foglalnia olyan javakat, amelyek hasznossággal bírnak
- (3) magában kell, hogy foglalja a bizalmat abban, hogy mind a két fél teljesíti azt a szerepet, amelyet a cserefolyamat megkövetel tőle
- (4) olyan rendszert feltételez, ahol az erőforrások allokációja kiemelt célt jelent

A sporttermék fajtáinak, a kereslet és kínálat jellemzőinek és a csere meghatározásának figyelembevételével a sportban a csere folyamata a következőképpen illusztrálható:



3. ábra: Az értékcseré folyamat a szabadidősportban, Shank (2002, 32. o.) alapján

A fenti folyamatban a cserében két fél, keresleti illetve kínálati oldalról vesz részt. Kereslettel a sporttevékenységben résztvevő egyén, a sportot támogató/szponzoráló magán vagy társas személy illetve a média jelentkezik.

A sportesemény szponzora elsősorban pénzét, idejét és energiáját ajánlja fel, míg a média a sportesemény közvetítési jogának megszerzésével jelenik meg a sportesemény értékesítésének piacán. Később éppen az általa közvetített hír lesz hasznossággal bíró jószág az egyén számára.

A megvásárolt érték csak részben megfogható, az eszmei, szimbolikus érték nagyobb jelentőséggel bír. Rekettye (1999) a vevőérték középpontjába a termék szélesen értelmezett minőségét állítja, amelybe beleértendőek a megfoghatatlan szolgáltatások is. Nagy jelentőséggel bír az elérhetőség, a hozzáférhetőség, de az imázsérték is.

A sporttermék sajátosságai

A következőkben a sporttermék sajátosságai kerülnek bemutatásra, azaz azok az egyedi jellemzők, amelyek befolyásolják a csere folyamatát; tovább finomítják, specializálják a korábban elhangzottakat.

A 'megfogható' sporttermék

A tárgyiasult sporttermék fizikailag megfogható a fogyasztók számára. Ide tartoznak a különféle sport és fitness eszközök, mint például kosárlabda, futópad, teniszütő stb., továbbá a sportlábbelik és a sportruházat, de az emléktárgyak, ereklyék is.

A megfogható sporttermékek közül a legfontosabbak:

- Belépőjegy
- Sportlétesítmények tárgyi környezete
- Sporteszközök
- Sportruházat, sportlábbeli
- Márkázott emléktárgyak

A sportesemények fontos szereplője a belépőjegy. A jegy funkciója, hogy belépésre jogosít az adott rendezvényre; eligazít a helyszínről; informál arról a helyről, amit a néző elfoglalhat; közli az árat és tájékoztat az eseményről, az általános magatartási szabályokról (Hoffmann, 1998).

A jegy kiváló marketingfelület egyúttal, ahol az eseményről vagy a szponzorról is feltűntethető információ. Nem utolsósorban a jegy egyben emlék, amely növelheti a rajongói elkötelezettséget. Igényes kivitelezése a megőrzésére bátorít, így hosszú ideig és visszakereshetően a fogyasztó birtokában, emlékezetében marad.

A létesítmények a sportolás, sportesemények helyszínei, a játék infrastruktúráját jelentik, ahol maga a tevékenység elvégezhető. A sportlétesítmények egyúttal nagy események helyszínei, itt születnek a sporttörténelem nagy pillanatai, keletkeznek a sportlegendák. A létesítmények szerepe nem korlátozódik pusztán arra, hogy a játéknak teret adjon. Szórakoztatniuk is kell, így tudják egyszerre kiszolgálni a résztvevői és a nézői igényeket, megfelelni mind a játékosoknak, mind a rajongóknak, látogatóknak. A létesítmények vagy béreltek, vagy a sportszervezet tulajdonában vannak. Az épület, a teljes tér külső és belső felülete értékes reklámfelületet jelent. A tulajdonosok általában törekednek a létesítmények reklámcélú felhasználására. A legtöbb helyen a stadionpalánkokon elhelyezett reklámtáblák bevétele a stadiontulajdonost illeti, de a bérlőnek is van lehetősége más felületek kihasználására (Hoffmann, 1998). A létesítmények minél többoldalú hasznosítása a tulajdonos érdeke. A sportlétesítményekben található büfé, esetenként étterem többletbevételi forrást, sok esetben az összbevétel döntő részét jelenti tulajdonosának. Több esetben találhatók páholyok, luxus boxok is a nézőtér elkülönített részén (igaz elsősorban külföldön), amelyek exkluzív módon értékesíthetők. A sportlétesítmények más rendezvényekre is sokoldalúan hasznosíthatók, így nő a kihasználtság és a klub újabb forráshoz juthat. A létesítmények menedzsment szemléletű kezelése létérdeke tulajdonosának. Hazánkban ezt sok esetben megnehezíti vagy lehetetlenné teszi a létesítmények rossz állapota.

A sporteszközök, sportruházat, sportlábbelik piaca fellendülését éli. A magyar lakosság évről-évre többet költ sportfelszerelésre. A sportcipők forgalma az értékesítési adatok szerint 12,1 milliárd forintot tett ki 2004-ben. A vásárolt mennyiség 3,04 millió pár volt, az átlagár 4000 forint körüli összegre tehető.

A 12 ezer forint feletti termékek értékbeli részesedése ezen belül 35 százalék, ami 9 százalék mennyiségi részesedést jelent. 266 ezer pár sportcipőt vettek ebben a kategóriában, páronként átlagosan 16 016 forintért.⁶

A szurkolókkal való szoros kapcsolat kialakításának egyik fontos eszközcsoportját alkotják azok a termékek, amelyeket a sportegyesület, klub saját üzleteiben vagy a sporteseményeken lehet megvásárolni. A hűséges szurkoló szívesen azonosul kedvenc csapatával, klubjával, sztárjával, annak azonosító jeleit viselve pólón, sapkán, zászlón. Az igazán profi csapatok korán felismerték a logóval ellátott termékek és a sportág, a klub vonzásának egymást erősítő hatását. Az angol futball-liga első osztályának csapatai stabil szurkolóbázissal rendelkeznek, a rajongók csapatuk színeibe öltözve (mez, sapka, zászló, egyéb kiegészítők) jelennek meg minden bajnoki mérkőzésen, jelentős keresletet képviselve a klub saját termékei iránt. Magyarországon is megjelentek már ennek a jelei, bár az igazi fellendülés inkább csak a jövőben várható, a lakosság életszínvonalának növekedésével és a sportmarketing fejlődésével. Egyes statisztikák szerint a “nemzeti sportjövődelem” 30%-át az emblémás termékek értékesítése adja, ez tehát nem elhanyagolható potenciál.

A sport-élmény, azaz a megfoghatatlan sporttermék

A sporttermék jellemző tulajdonsága, hogy jelentős része megfoghatatlan. Még a megfogható elemek is kiegészülnek a használat során olyan élményekkel, illetve szolgáltatásokkal, amelyekkel együtt alakul ki a sportfogyasztás egésze. A futócipő a futás szükséges kelléke, de a sportfogyasztás magával a futással válik teljessé. Az élményt pedig elvont, megfoghatatlan elemek is meghatározzák a szolgáltatás tárgyi környezetén túl.

⁶ www.fashion.hu

A megfoghatatlan sporttermék legfontosabb elemei a következők:

- sportesemény
- sztárok
- sportszervezet, klubok
- személyzet
- imázs

A sportipar legfontosabb terméke a sportesemény. A sportesemény, a verseny, a mozgás élménye köré szerveződik minden más. Ezt támogatják a sportfelszerelések, e köré épül stadion vagy bármilyen egyéb helyszín, erről szól a média, emiatt kelnek el a merchandising anyagok. Az eseményt éppen ezek összessége adja. A következőben ezeknek a tényezőknek a rövid áttekintése következik.

A sportesemények fontos szereplői az eseményeken megjelenő és kiválóan teljesítő „sztárok”. Teljesítményükkel válnak ’termékké’, alkalmassá arra, hogy a sportrajongók sportélmény iránti szükségleteit kielégítsék. Sikerük a sportból indul, de túlmutat azon. Nemcsak sportolók ők, de „előadóművészek” is, akik szórakoztatnak. A jól ismert, nagy nevek sok nézőt vonzanak. A sztárok éppen abban emelkednek ki, hogy bár minden versenyző azonos eséllyel indul, mégis az éppen jobb formában lévő, az erősebben motivált győz. A sztárok értékét az is meghatározza, hogy a rájuk fordított befektetés az adott eseményen túl, a szezon egészét vagy hosszabb időt számításba véve, mennyi időn belül térül meg.

A sportesemények megszervezése, illetve a résztvevők biztosítása részben a sportszervezetekhez, sportklubokhoz kötődik. A sportszervezetek a sportági szervezett keretet teremtik meg, nagy szerepük van az adott sportág népszerűsítésében, a klub elfogadottságának, sikerének növelésében.

Általában azok a sportegyesületek életképesek, fejlődők és tartósan sikeresek, amelyek a közösség alkotó, szerves részévé váltak, amelyeket magáénak érez, tart a támogatók köre. A támogatók köre lehet lakóhelyi közösség, de lakóhelytől függetlenül az egyesületet, az egyes szakosztályokat, klubokat stb. rokonszenvenvel övezők tábora is. A szervezet PR-tevékenysége nagy szerepet játszik a rokonszenvező, támogató csoportok megalakulásában és ragaszkodásának fenntartásában.

Az a szervezet lehet igazán sikeres, amely megérti, hogy a sportrajongás mögött milyen motivációk húzódnak meg, képes mind érzelmi, mind értelmi síkon megragadni a sportszeretőket.⁷

A személyzet és kiszolgálás a sporttermékkel való élő találkozást jelenti. A sportmarketing ötödik P-je a Personnel, vagyis a személyzet, a szolgáltató emberek. A sportszemélyzet a jegyeladók és –kezelők, a ruhatárosok, a fenntartók, karbantartók stb. csapatából áll. Szerves részei a sportterméknek, és ezért annak elfogadásában, minősítésében is jelentős szerepet játszanak. A személyzet tréningje, mint bármely más szolgáltató ágazatban, itt is kiemelt jelentőséggel bír.

A sporttermék fontos jellemzője az imázs, azaz adott sportág, klub, konkrét szolgáltatás vagy bármely sporttermék fajtának a megítélése. Kedvező vagy kedvezőtlen imázs alakulhat ki a csapatról, annak teljesítményén keresztül; a sportlétesítmény berendezéseinek állapotán, szolgáltatásain keresztül; a sportteljesítmény és a költségek kapcsolatán keresztül (elégedettség mértéke).

A szolgáltatások sajátosságait részletesen tárgyalja többek között Kotler (1998, 16. fejezet), Bauer – Berács (1998, 189. o.), vagy Veres (1998). A dolgozat megközelítésének szempontjából a szolgáltatások legfontosabb specifikumai a következők:

- Megfoghatatlanság: a szolgáltatás lényege a keletkező értéktöbblet, amely csak részben fogható meg.
- Tárolhatatlanság: A szolgáltatások eredménye, produktuma nem tárolható, a szolgáltatás akkor nyújtható, ha a fogyasztó is jelen van.
- A fogyasztó részvétele a termelésben: A szolgáltatásban a fogyasztó is részt vesz. A fogyasztó a minőséget szubjektíven észleli, elégedettsége függ a szolgáltatótól, a saját részvételétől és mások jelenlététől egyaránt. A tevékenységnek vagy ő maga a tárgya vagy valamely birtokában levő tárgy.

⁷ A sportrajongók motivációiról bővebben lásd pl. Shank: Sports Marketing c. könyvének 6. fejezetét. (2001: 183-214)

Mindezek következménye, hogy a fogyasztó a minőséget előre meg nem ismerheti, a kimenetel a teljesítés végéig bizonytalan marad. Ez felerősíti a szolgáltatások bizalmi jellegét. A sportszolgáltatások megfoghatatlanok, az esemény nézője (bármely amatőr vagy professzionális játzsma szemlélőjeként) vagy résztvevője (a sportban aktívan résztvevő egyénként) az élményen, emlékeken és rendszeres aktív sportolás esetén fizikai fejlődésén kívül mást nem tud magával hazavinni. A sportszolgáltatások esetében a szolgáltatásokra érvényes sajátosságok a következőképpen fogalmazhatók meg.

A sportesemény végeredménye mindig bizonytalan

A játék/játzsma egyik legvonzóbb tulajdonsága, hogy az eredmény, a küzdelem kimenete előre nem ismert. Az előrejelzés megbízhatatlan, és éppen ez a bizonytalanság hordozza magában az izgalmat, a szurkolás lehetőségét, akár néző, akár aktív résztvevő az egyén. Általában a szolgáltatások világában ez az előre be nem mutatható, csak a teljesítés után megismerhető eredmény hátrány, hiszen a bizonytalan kimenet visszatartja a szolgáltatás igénybevételétől. A sport területén a bizonytalan kimenet előnyt jelent, éppen a megismerhetetlen eredmény jelenti az esemény vonzerejét. A kétesélyesség, a kimenetel bizonytalansága drámai helyzetet teremt, ettől válik az esemény lebilincselővé. Sokkal nagyobb küzdelemre és ezáltal élményre számíthat a néző, résztvevő, ha két hasonló erejű vagy erősen küzdeni tudó csapat csap össze, ha a verseny éles, az eredmény pedig időről-időre változik. A múlt eseményei ellenére ugyanis minden lehetséges, a tegnapi vereség ma győzelem lehet. Ez a bizonytalanság mind a csapat, mind az egyéni sportágaknak szerves része.

Utóbbi esetében a résztvevő által önmaga számára kitűzött cél teljesítése lehet kérdéses, hiszen a sportfeladat komplex kihívásának (erőnlét, koncentráció stb.) nem tud az ember mindenkor egyforma mértékben megfelelni. A sportban a résztvevők és a szurkolók számára tehát a felek esélyegyenlősége, a győztes személyének bizonytalansága, a spontaneitás nyújtja az élvezetet.

A bizonytalan kimenet, amely a sportnak fő jellemzője, kihat a marketing tevékenységre is. Az eladásra kerülő termék elemei nem ellenőrizhetők, az értékesítésért felelős személy nem vagy csak korlátozottan tudja kontrollálni a termék mix-et. Egy sportmérkőzés sikere, a néző elégedettsége függ a játékosoktól, a bírótól, pontozóktól, a többi nézőtől. Mindössze az esemény egyéb körülményei, szolgáltatásai, mint a mérkőzés környezete, ruhatár, büfé, merchandising befolyásolhatók. Amennyiben szabadidősport eseményről van szó, ahol a termék magát a részvételt jelenti, az említett bizonytalanság szintén fennáll. Egy utcai futóverseny esetében az időjárás, az út minősége adottság, a szervező által befolyásolhatatlan és csak részben kezelhető.

Érzelmi érintettség, univerzalitás a sportban

A sport iránt kisebb-nagyobb mértékben mindenki érdeklődik, a sport körülvesz minket. Emiatt úgy tűnik, hogy a sporthoz mindenki ért. A sportnak erős az önmeghatározásban betöltött szerepe. A játéknak győztesei és vesztesei vannak; a sportot szinte minden más emberi cselekvéstől megkülönbözteti, hogy az összecsapás mindig nyílt, és végül mindig eldől, ki a jobb vagy a szerencsésebb. A nézők pedig nyíltszíni résztvevői a viadalnak, átélnek a győztes és a vesztes érzéseit. Feladatuk nem nehéz, mert könnyen azonosítható az erősebb és a gyengébb, a vonzóbb és a kevésbé kedvelt. Más területeken ez sok időt vesz igénybe és nem ennyire egyszerű. Ezért a sporteseményeket és a sportrészvételt is erős érzelmi érintettség kíséri, a fogyasztásra a racionalitáson túl erősen hatnak az emóciók.

A közösségi fogyasztás jelentősége

A sport közösségi tevékenység, akár nézőként, akár résztvevőként részese az ember a folyamatnak. A futó magányossága kivételes jelenség, az esetek többségében az egyén másokkal együtt vesz részt a sportfogyasztásban. Jellemzően csapatosan (sokszor még az egyéni sportoknál is) megy sportolni, vagy valamilyen sportmérkőzést megtekinteni. Az elégedettség így a többiek elégedettségétől is függ, illetve a másokkal való kapcsolat révén alakul ki.

Ha többen sportolnak együtt, akkor az egyén sikere a csapat sikerével fonódik össze, ha pedig szurkolásról van szó, a közösség hangulata magával ragadja a szurkolótábor egyes tagjait. Így a korábban említett erős érzelmi jelleg a közösségi fogyasztás kapcsán tovább erősödik.

Mullin, Hardy, Sutton (1993) szerint az emberek 98%-a másokkal együtt vesz részt professzionális sportmérkőzéseken, így a fogyasztás egységét a csoport jelenti, azaz a csoport elégedettségét kell maximalizálni. Az egyén helyett a közösséget érdekesebb a promóciók középpontjába állítani.

3. A SPORT IS TANULT FOGYASZTÁS

Az embernek a sporthoz való képessége, a tehetsége veleszületett, de ahhoz, hogy adottságait kiaknázhassa tanulnia, gyakorolnia kell, azaz tanult sportfogyasztóvá kell válnia. A megszerzendő tudás vonatkozik a szabályok, a játék kereteinek ismeretére, de az egyénnek önmagát is meg kell ismernie. Tudnia kell mik az erősségei, milyen fejlődésre van szüksége, meg kell tapasztalnia, hogy melyik sportágban leli örömét, s melyikben kevésbé.

3. 1. A sporttermék és a kulturális fogyasztás közötti kapcsolat

A sportkultúra

A sport kultúránk szerves része, termékként pedig a kulturális termékekkel mutat rokonságot. A kultúra tanulmányozása a társadalom jellemzőinek átfogó vizsgálatát követeli meg, amely olyan tényezőkre is kiterjed, mint a nyelv, az ismeretek, a törvény, a vallás, a fogyasztási szokások, a zene, a művészetek, vagy a termékek. Ezek összessége alkotja egy adott társadalom egyedi sajátosságait. A marketing, közelebbről a fogyasztói viselkedés szempontjából a kultúra a következő módon definiálható: „A kultúra azon tanult meggyőződések/hitek, értékek és szokások összessége, amelyek egy adott társadalomban irányítják a fogyasztók magatartását” (Hofmeister, 2003)

Williams (1983, in: 2003, 30. o.) Kultúra című írásában a kultúra fogalmának három élő, általános kategóriáját különbözteti meg:

- (1) önálló, elvont főnév, amely a 18. század óta a szellemi, lelki és esztétikai fejlődés általános folyamatát írja le;
- (2) önálló főnév, amely mind általános, mind egyedi értelemben egy-egy nép, korszak, csoport vagy általában az emberiség sajátos életmódját jelöli;
- (3) önálló, elvont főnév, amely a szellemi és különösen a művészeti tevékenység gyakorlatát és alkotásait jelöli.

Az emberiség kultúrájának a része a sportkultúra is, amely a Williams által használt második és harmadik kategóriába egyaránt beletartozik. Része az emberiség életmódjának, illetve a terméke, még ha igen eltérő területet képvisel is (fizikait és nem szellemi), a művészeti, kulturális termékekkel mutat hasonlóságot.

A kulturális javak kereslete

A kulturális javak keresletét természetesen meghatározzák azok a tényezők, amelyek általában a kereslet meghatározói (pl. ár). Ezen túl azonban vannak olyan befolyásoló elemek, amelyeknek a jelentősége speciálisan ezen a területen kiemelkedő. Petró (2000) alapján a kulturális javak piaci keresletének legfontosabb tényezői a következőképpen határozhatók meg:

- szabadidő jelentősége, a szabadidő és a jövedelem együttes befolyása
- egyéni preferenciák, képzettség, foglalkozás
- a fogyasztói preferenciák kölcsönös függése

A szabadidősport keresletének, fogyasztásának vizsgálatakor ezek az elemek is nagy figyelmet kell, hogy kapjanak, hiszen jelentős befolyással bírnak a sportjavak keresletére is.

A kulturális javak esetében a kereslet tárgya kézzelfogható és elvont egyaránt lehet. Praktikusan az előbbit példázza bármely megfogható alkotás, egy könyv, egy festmény vagy szobor, de akár a színházi előadásra szóló belépőjegy is.

Megfoghatatlan azonban maga az élmény, amely a kézzelfoghatóságon túl keletkezik és jut el a fogyasztóhoz. A kultúra fogyasztása „élmény és a szenvedély”, éppen ez a meghatározó sajátosságuk. (Petró, 2000).

A kulturális termék sajátosságai

A kulturális termékek, azaz élményjavak sajátosságai vizsgálhatóak a termelés eredményeképpen keletkezett jószág (az output) oldaláról. Pontosabb ugyanakkor a kultúra gazdaságtanában a kibocsátás kategóriája helyett az átbocsátás (throughput) terminológiáját használni.⁸

⁸ Ezzel összhangban állnak a korábbi megállapítások a szolgáltatásokról, illetve azok sajátosságairól.

A termelés során keletkező eredmény ugyanis a már fentebb említett élményjóság fogalmába tartozik, ahol a végeredmény nehezen mérhető; új jóság nem jön létre. A számszerűsítés ugyanakkor megtörténhet a javak megfogható, tárgyiasult elemeinek segítségével, így az eladott egységek, pl. jegyek, könyvpéldányok számbavételével.

Demeter - Gelei (2002) hasonlóan gondolkodik a szolgáltatásokról. Kiemelik, hogy nem új jóság, hanem értéktöbblet keletkezik a termelési folyamat során. Így a szolgáltatás során a rendelkezésére álló erőforrások úgy kerülnek felhasználásra, hogy a fogyasztó és/vagy a jóság állapotában változások jöjjenek létre, „hozzáadott érték” termelődjön.

A kulturális jóság fogyasztása közben éppen ilyen értéktöbblet jön létre. Érdemes ezért úgy tekinteni ezekre, mint szolgáltatásokra, azok jellemzői mentén vizsgálódva. Igaz ez abban az esetben is, ha a termék megfogható, kézbe vehető, azaz úgy tűnik, hogy előzetesen megismerhető. Könyvvásárlás esetén azonban a lényeg nem a lapokon, a tördelésen, vagy a borítón van. (Ezek jelentősége sem hanyagolható el természetesen, hiszen az eladhatóságra és élvezhetőségre komoly hatást gyakorolnak.) A valódi értéket azonban a szellemi tartalom képezi. Ez az élmény előzetesen nem megismerhető, csak tapasztalat útján lehet hozzájutni.

A kulturális javakhoz való hozzáférés

A kulturális javakhoz való hozzáférés nem egyformán lehetséges mindenki számára. A kulturális javak megszerzéséhez pénzbeli és időbeni ráfordítások szükségesek. Az anyagi és nem anyagi költségeket számba véve a következők merülhetnek fel (Frey, 1989 in: Petro, 2000):

- termékek/ szolgáltatások ára
- közlekedési költségek
- feláldozott szabadidő
- információszerzés költségei
- “megértés”, az élmény feldolgozásának költségei
- kommunikációs költségek, azaz az élmény megosztása

A kulturális javak sajátossága, hogy a megértés, azaz az élmény feldolgozása és az élmény megosztása különös jelentőséggel bír. A megértés komplexebb, mint bármely 'nem-kulturális' termék esetén, akár éveket is igénybe vehet. Egy komolyzenei mű vagy képzőművészeti alkotás megértése hosszú tanulási folyamatot követően jöhet létre. Ennek hiányában épp a termék lényege, az élvezet sérülhet. Ugyanez igaz a sporttermékre is. A játék szabályainak, a játékosoknak az ismerete nézőként szintén korábbi tapasztalatokat igényel, de maga a sportolás is akkor lesz igazán örömteli, ha felkészülés, gyakorlás előzi meg. A művészetek fogyasztásához élmény és szenvedély kötődik, amely a megosztás révén teljesebbé válhat. Ugyanígy a sport olyan érzelmi kötődést jelent, ahol a megosztás fontos részévé válik a tevékenységnek. Mindezek erős összefüggésben vannak a feláldozott szabadidő mennyiségével, amely így nagyobb, mint más termékkategóriák esetén.

A szabadidő szerepe

A kulturális javak vizsgálatakor két tényező szerepét érdemes kiemelni, amelyek fontosabb szerepet játszanak itt, mint bármely más termék esetében. Egyik a szabadidő kiemelkedő befolyása. Igaz, hogy minden fogyasztás időigényes, de a kulturális termékek fogyasztása a nagyon időigényesek közé tartozik.

A másik az előzetes információszerzés szükségessége, ami itt tanulást, hosszú távú felkészülést is jelent, ami ráadásul kiegészül az utólagos élményfeldolgozással.

A szabadidő észlelését/megélését a következő tényezők befolyásolják (Kelly, 1972; Neulinger, 1974; Iso-Ahola, 1979):

- a szabadság megléte vagy hiánya
- belső vagy külső motiváció léte
- a munkával való összefüggés csekély vagy nagy mértéke

Stokowski (1994, 3-7 o.) a szabadidő három alapvető nézőpontját említi, amelyek mind relevánsak a szabadidősport szempontjából is. Olyan dimenziókat jelölnek, amelyek alkalmasak arra, hogy a sportolást, mint tevékenységet jobban megértsük.

1. Szabadság érzete, attitűdje

A klasszikus megközelítés úgy írja le a szabadidőt, mint a szabadság érzetét/lelkületét, a kötöttségektől való mentességet, ahol a hangsúly az egyén belső világán van, ahol a szabadidő, mint szubjektíven megélt érzelmi és pszichés folyamat jelenik meg. Elmélyült mentális és spirituális állapotot jelent.

Stokowsky illusztrációként az ókori görög társadalom privilegizált személyeit említi, akik kiváló szellemi és fizikai állapotban, ragyogó elmével élték az életet, és egyúttal szolgálták a közösséget. Eszerint a görög iskolák a szabadidő minőségi megélésére készítettek fel tanítva a művészetekben, zenében való jártasságot, retorikát, sportot és katonai ismereteket. Intenzíven megélt, aktív időtöltésről van szó, amely megközelítésében igen közel áll Csíkszentmihályi „Flow” elméletéhez.⁹

2. Társas tevékenység

Ebben a megközelítésben a szabadidő úgy szerepel, mint olyan tevékenység, amely az egyén számára örömet okoz. A szabadidős tevékenységet az egyén szabadon, maga választja, és az mentes a munkától és egyéb kötelező tevékenységektől.

A szabadidő megélésében a szabadság érzetének, a belső akaratnak (motivációnak) és a munkától való mentességnek szignifikáns jelentősége van, támasztják ezt alá többek között Iso-Ahola (1979, in: 1998, 18-19 o.) kutatásai is. A megközelítés nehézsége, hogy nehéz ez alapján bármilyen tevékenységet a szabadidő körébe sorolni. Annak megítélése ugyanis, hogy mi számít szabadidőnek, jelentősen függ az egyén szubjektív megítélésétől, de a helytől, időszaktól is. Az előző megközelítéshez képest, ahol a hangsúly az egyén belső világán volt, itt a lényeg kívülre kerül, társas interakció közben jön létre. Ezáltal szükségessé válnak olyan helyszínek, ahol a szabadidő megélhető, mint parkok, szórakoztató központok, sportcsarnokok.

⁹ A Flow elméletet részletesen lásd később

3. Egy bizonyos időtartam/időbeliség

A munka és szabadidő dimenziója az ipari társadalmak idején különült el egymástól. Ekkortól értelmezhető önállóan a szabadidő, mint a munkaidő után fennmaradt idő. Korábban a munka és szabadidő tevékenységei összemosódtak, a munka alatt zajlottak olyan a munkához lazán kötődő tevékenységek, társas interakciók, amelyek az iparosodással eltűntek, illetve áttevődtek elkülönülve a munkaidőn túli időszakra. Emellett az iparosodással kapott társadalmi elismertséget a szabadidő/pihenés, amely a korábbi korszakokban értelmetlen elfoglaltságnak számított a társadalmi és vallási erkölcs elvárásai szerint. A szabadidő 'idő' alapú értelmezésének megfelel az év munkanapokra és szabadnapokra osztása. A megközelítés előnye, hogy mennyiségileg mérhető és objektív. Ez a megközelítés azonban nem tudja kezelni azokat a helyzeteket, ahol munka és szabadidő nem feltétlenül válik szét, így azoknál, akik számára a munkájuk nemcsak munka, hanem hobbi/ élvezet (művészek, tanárok, stb.)

A szociális kapcsolat-háló befolyása a kulturális fogyasztásra

A kulturális termékekhez való hozzáférést befolyásolja, hogy a termékek fogyasztásához személyes és szervezeti kapcsolatok is szükségesek. Ezek a piacok csak az előbbieknél a közvetítésével érhetők el. Jelentősen befolyásolja mindezt az egyén szocializációja. Az egyén a családban sajátítja el alapértékeit, így a kulturális termékek fogyasztására való igényt is.

Ez ugyanakkor azt is jelenti, hogy a kulturális tőke újratermelődik, a gyermekkorban hozzá nem jutók később hátránnyal indulnak megszerzéséért, habár ez a hátrány ledolgozható.

Mindemellett az osztályhelyzet is erősen befolyásolja az erőforrásokhoz való hozzájutást (Collins, 2003). Ahogy Gans (2003) megjegyzi, a preindusztriális európai társadalmak kulturálisan magas- és népi kultúrára tagolódtak. Az utóbbi szórványosan és jóformán észrevehetetlenül volt jelen, hiszen a parasztok elszigetelt világához kötődött. Az előbbi ellenben a városi elit tartotta fenn, azaz az udvar, a nemesség, a papság, a kereskedők, mindazok, akiknek maradt idejük, műveltségük és anyagi erejük a szórakozásra és a művészetekre.

Ez a megközelítés összecseng Veblen (1975) felfogásával a presztízsfogyasztásról. A társadalmi egyenlőtlenségek így megnyilvánulnak nemcsak az egyének anyagi körülményeiben, de kulturális fogyasztásában is. Bourdieu (1984, in: 1994) szerint a kulturális fogyasztásban megmutatkozó ízlés egyenesen a társadalmi helyzet indikátora. Kiemeli, hogy az életmód, értékrendszer nemcsak gyermekkorban függ erősen a szülők társadalmi helyzetétől, hanem a felnőttkor választásait is jelentősen befolyásolja.

Wilson (2002) kutatásai szerint is minél magasabb társadalmi osztályba tartozik valaki, annál valószínűbb, hogy sportol. Egyúttal megállapítja, hogy a magas társadalmi osztály azt is jelenti, hogy kevésbé valószínű, hogy az illető olyan sportágakban vesz részt, amely inkább az alsóbb osztályokhoz kötődik. 1993-as kutatásának fő konklúziója, hogy jövedelem és a képzettség szignifikánsan és közvetlenül befolyásolja a sportolásban való részvételt.

A férfiaknál a képzettség hatását találta erősebbnek, a nőknél mind a két hatás egyformán erősnek bizonyult.

A fogyasztás során derül ki, hogy a fogyasztó a termékkel elégedett vagy elégedetlen. Az elégedettség részben a kínálat minőségén, azaz a művészi értéken múlik. Ezt egészíti ki az egyén szubjektív ízlése, szokásai. Az egyén szociális környezete is hatással van arra, hogy a kulturális javak hasznosságát hogyan ítéli meg.

A fogyasztás szimbolikus értékű, amellyel a fogyasztó a környezetének is üzen, főleg a látható fogyasztási javakkal, amelyek közé a legtöbb kulturális termék is tartozik. A fogyasztásra a társadalmi osztály szimbolikus hatást gyakorol. Társadalmi hovatartozás kifejezésére számos termék és márka közül lehet választani. Ezek közé tartozik a sportban való részvétel, konkrétan pedig a sportágválasztás.

Törőcsik (1998) szerint a szimbolikus fogyasztás érthetetlennek tűnhet, de a jelenség mögött két alapvető motiváció azonosítható:

- Az önmegnyugtatás, amikor az egyén cselekvése önmaga felé irányul, azaz a fogyasztó maga a termék bírálója, megítélője. Ebben az esetben a fogyasztó érzelmi értékhez jut a termék megvásárlása révén. Emlékeket idéz fel, személyes jelentéssel bír számára a termék. Így a fogyasztó többek között önmagát jutalmazza, kényezteti, védi, nyugtatja a termékkel.
- Az önkifejezés, amikor az egyén a környezet reakcióira vár és vágyik, ezzel nyugtáztatja a választása, cselekvése helyességét. A fogyasztás/vásárlás célja, hogy a fogyasztó hatást gyakoroljon a környezetére. Ezzel az egyén célja, hogy pozitívan befolyásolja a róla kialakuló képet és kifejezze a személyiségét.

A sport esetében ez jelentheti magának a termékkategóriának a fogyasztását, azaz a tényt, hogy a fogyasztó egyáltalán sportol valamit. Kiegészíti ezt a sportágválasztás, illetve bizonyos márkák preferálása mind a szolgáltatóra, mind a sportszerekre vonatkoztatva. Ennek részben befele ható, megerősítő ereje van, részben erős külső üzenettel bír. A sportoló emberhez pozitív asszociációk (erő, vitalitás, magabiztosság) szimbólumok kötődnek.

Tanulás, azaz a kulturális tőke felhalmozása

A kulturális termékek iránti kereslet kialakulásához, a preferenciák létrejöttéhez múltbeli tapasztalatok sora szükséges. A kultúra termékei iránti igény tanult szükséglet. A tanulás, a művelődés folyamata a kulturális termékek fogyasztása során jön létre. Így alakul ki az ízlés, jönnek létre a tetszés és nem tetszés kategóriái. A kulturális termékek fogyasztása csak abban az esetben nyújt élvezetet az egyén számára, ha meglévő kulturális tőkéje azt lehetővé teszi.

Magas kultúra vs. populáris kultúra

Amikor kulturális termékekről beszélünk, szembekerülünk a minőség problematikájával. A dolgozatnak nem lehet célja a kultúra értelmezések bemutatása és értékelése, ugyanakkor egy aspektusra ki kell térnie.

Magyari Beck (1994) szavaival élve a „kultúra termékeinek egy része nem más, mint szellemi, spirituális kábítószer, amely nem épít, hanem lerombolja a személyiséget”. Egyetértek ezzel a megállapítással, és így azzal is, hogy a kultúra termékei építő és nem-építő, szélsőséges esetben romboló kategóriákba sorolhatók.

Magyari Beck álláspontja szerint a csoportba sorolás alapja az, hogy egy-egy alkotás tud-e önmagán túlmutató, egyetemesebb összefüggéseket felmutatni, avagy sem. Tekintettel arra, hogy a dolgozat a sportot, szabadidősportot helyezi el a kulturális termékek sorába, az előbbi elv egy továbbival egészíthető ki. Nevezetesen építő tevékenység a kulturális termék fogyasztása, amennyiben a fogyasztó részéről aktív részvételt követel meg, tanulást, koncentrációt, erőfeszítést, gyakorlást igényel. Egy könnyű színdarab megértéséhez nem szükséges különösebb szellemi erőfeszítés, tanulás, szemben egy történelmi drámával, operával, amely előzetes felkészülést, odafigyelést kíván. Minél mélyebb múltbéli bázisra építkezik, annál nagyobb élményt okoz. Mindemellett karbantart, szellemi élnkséget eredményez. Ugyanez igaz a fizikai aktivitást igénylő sportokra. A szabályok ismerete, a rendszeres gyakorlás teszi élménnyé a sportolást, adja meg a mozgás örömét, eredményez fittséget, vitalitást.

A kulturális ízlés kitermelődése hosszú éveket vesz igénybe. Collins (2003, 168. o.) szerint ezért nézi le a régi elit az új gazdagokat, akik nem ismerik a pénzköltés ízléses módját. Előbbieket ugyanis hosszú éveken keresztül 'képezték' arra, hogy a művészetek, a szórakozás és a mindennapi stílusok fogyasztóivá váljanak. Ugyanakkor a kultúra nivellálódása által a keveseknek szóló elit kultúra mellett egyre inkább teret hódít a populáris kultúra, ahol az öröm azonnali, a hatás elsősorban érzelmi nem pedig értelmi, így könnyebben elsajátítható, felhalmozható (Pikó, 2003).

A sport hozzárendelése a magas és populáris kultúra kategóriáihoz a ráfordított energia alapján tehető meg. Eszerint a sporttevékenységek nagy része inkább a magas kultúrához tartozik, hiszen elsajátításához aktív részvételre, hosszú időn keresztül történő rendszeres gyakorlásra, fizikai és szellemi készenlétre van szükség.

Vannak azonban olyan tevékenységek, amelyek amellet, hogy a sporthoz kötődnek és a sport által jönnek létre, egyúttal a fogyasztói társadalom elvárásainak is megfelelnek. Ilyen például a plázák egyik szolgáltatása, a bowling. A játék helyszíne a bevásárlóközpontok szórakoztató részében található, a környezet is sokkal inkább az azonnali, könnyű élvezetről szól, semmint valódi sportolásról. Ugyanezt képviselik az alkalmi sielők, akik legalább annyi időt töltenek a pályák mellett, mint magával a síeléssel. Itt a hangsúly a társaságon, a szórakozáson van, a sport mindehhez terepet, eszközt biztosít. Ezekben a tevékenységekben jelentősebb szerepet kap a szórakozás, mint a sport. Éppen ettől válnak vonzóvá és tudják bevezetni az egyént az aktív mozgás világába.

A Flow elmélet

Itt érdemes kitérni Csíkszentmihályi (1991) 'Flow' elméletére, amely a szabadidős tevékenységek, így a sporttevékenységek esetében is segíti megérteni azok működési mechanizmusát.

A Flow tárgya „az emberi élmények pozitív aspektusa – az öröm, a kreativitás, az élet teljes felvállalása”. Csíkszentmihályi szerint a boldogság¹⁰ nem egyszerűen megtörténik az emberrel, nem lehet csak úgy rátalálni. A belső lelkiállapottól függ, az egyén szubjektív értelmezésén múlik. Meg kell dolgozni érte, felkészülni rá, majd tudni kell megőrizni, ha megvan.

„Azok az emberek, akik megtanulják, hogyan kell irányításuk alatt tartani belső élményeiket, képesek arra, hogy életük minőségét is meghatározzák.” (1991, 20 p.)

Vannak olyan pillanatok, amikor az egyén úgy érezi, hogy uralja a cselekedeteit, az életét – ez a tökéletes élmény. A flow állapotban az egyén kiszűri az irreleváns gondolatokat és teljes figyelmét a fő tevékenységre fókuszálja.

¹⁰ A boldogság értelmezhető úgy is mint élvezetet, azaz esetünkben élményt találni a sportban, élvezni a sportolást

A flow állapotban úgy telik el az idő, hogy az egyén ellenőrzés alatt tartja cselekedeteit, eközben szinte beleolvad a tevékenységbe, azaz eggyé válik környezetével, alig tesz különbséget inger és válasz között; múlt, jelen és jövő között. Az én-tudat eltűnik, az idő érzet eltorzul és a létrejövő szellemi élmény kiemelkedő élményt, örömet nyújt az egyén számára. Sőt ezek a pillanatok nem akkor jönnek el, amikor passzív, befogadó állapotban van az ember, hanem épp ellenkezőleg. Az aktivitás, a testi, szellemi teljesítőképesség határainak feszegetése, valamilyen fontos tevékenység, feladat teljesítése során érezhető leginkább ez. Akkor, ha keményen megdolgozik érte az ember. Ugyanakkor a teljes élmény eléréséhez fontos, hogy a kihívások és az egyén képességei összhangban legyenek (Csíkszentmihályi, 1977 in: Hoffman – Novak, 1996).

A szabadidősport területén - ezzel összhangban - a tevékenységekhez való viszonyban, az aktivitás mértékében, a hozzáállásban látom a lényegét. „A szórakoztatóipar, a tömegkultúra, de még a magas kultúra is csak az elme parazitája, amikor passzívan, külső okok készítésére mélyedünk el benne, például fitogtatni akarjuk társadalmi helyzetünket” (Csíkszentmihályi, 1991, in: 2001). A meghatározó az, hogy az egyén aktívan, tevőlegesen vegyen részt az elfoglaltságban, akarja és tudja élvezni azt. Jellemzői miatt könnyebben megvalósulhat mindez a magas, mint a populáris kultúra termékeinek fogyasztása esetében.

A szabadidő számos tevékenysége kínál lehetőséget a flow élmény megélésére. A művészeti alkotások, a zene mellett a sport jelent olyan aktivitást, amely teljes élményt nyújthat az egyén számára. Bármi is a sportolás ösztönzője, a lényeg a sport által nyújtott élmény minőségén van. Ahogy Jackson – Csíkszentmihályi (1999, in: 2001) megállapítja, a sport azon kevés tevékenységek közé tartozik, ahol a részvétel annyira örömteli, hogy ez önmagában elég ok arra, hogy az ember részese akarjon lenni.

Olyan intenzívek ezek a pillanatok, hogy az élmény mélyen bevésődik az ember emlékezetébe és ösztönzi arra, hogy ismét átélhesse. Ahhoz azonban, hogy ez bekövetkezhessen, a mentális állapotnak ideálisnak kell lennie.

A már korábban is említettek alapján a sportban megélt flow-t eredményező mentális állapotot összefoglalóan a következő elemek írják le legjobban:

- Kihívás – készség egyensúly
- A cselekvés és tudat összeolvadása
- Világos célok
- Egyértelmű visszajelzések (a test visszajelzései, a mozgás érzékelése, mások véleménye)
- A pillanatnyi feladatra való koncentráció
- A kontroll érzése
- Az önmagunkkal kapcsolatos tudatosság elhalványulása (az önmagunk miatti aggodalom megszűnése)
- Az időélmény átalakulása
- Az autotelikus (önmagában örömet adó) élmény

A tanult fogyasztás

Ugyanerről szól Scitovsky (2000), amikor a társadalom legfontosabb problémájaként írja le az unalmat, amelynek szerinte a legjobb, ám egyben a társadalom nyugalját fenyegető ellenszere az izgalom. Az olyan szabadidős tevékenységben, amely kellemes és erőszakmentes pedig csak az tudja örömet lelni, aki elsajátította a műveléséhez szükséges képességeket. A kulturális termékek fogyasztása éppen ezt az egyénileg és társadalmilag is értékes és hasznos szabadidő eltöltési módot jelenti. Scitovsky kiemeli a tanulás és egyúttal a gyakorlást jelentőségét.

Richards (1996) érvelése szerint azok a tevékenységek, amelyek gyakorlatot követelnek a résztvevőtől vagy lehetőséget kínálnak új képességek megszerzésére, arra ösztönzik az egyént, hogy újra és újra részt vegyen a tevékenységben és ezáltal fejlessze magát. Így elmondható, hogy a gyakorlást követelő szabadidő tevékenységek nagyobb és fenntartható keresletet indukálnak.

Szerinte azok a tevékenységek, amely rutinszerűek, előbb válnak unalmassá, üresednek ki, mint azok, amelyek a fogyasztóktól állandó erőfeszítést követelnek meg. Az egyik legvonzóbb szabadidős tevékenység, a televíziózás esetében is az tapasztalható, hogy a megszokott műsorok hamar unalmassá válnak.

Az érdeklődés fenntartásához a szolgáltatóknak állandóan újdonságokkal kell jelentkezniük annak érdekében, hogy nézőiket ne veszítsék el. Ezzel szemben az 'erőfeszítést' igénylő tevékenységek a fogyasztó számára önmagában érdekesek, hiszen a magával szemben állított követelményeknek, kihívásoknak kell megfelelnie.

A szolgáltatások fejlesztése ebben az esetben sem hanyagolható el, hiszen a gyakorlottság növekedésével a résztvevő itt is újabb és újabb újdonságokat igényel. Ez a stimuláció keresés összhangban kell, hogy álljon az egyén képességeivel. Ahogy Iso-Ahola (1980) fogalmaz a fogyasztók a számukra optimális stimulációt keresik, amely az unalom (a számukra megszokott tevékenység) és a túlzott izgalom (stressz) között van.

Richards (1996) kutatásában azt vizsgálta, hogy a gyakorlat milyen összefüggésben áll a fogyasztói kereslettel, esetében a síelés iránti kereslettel. Kiterjedt vizsgálatában 2454 síelőt kérdezett meg utazási irodák és síeléssel foglalkozó magazinok segítségével. Emellett a mélyebb megértés érdekében további kvalitatív és kvantitatív információkat gyűjtött telefonos megkérdezéssel 259 válaszadó körében. A minta erős limitációkat rejt magában, hiszen nem volt reprezentatív, mégis a célcsoport hatékony elérése révén értékes információkat nyújt. Kutatási eredményei megerősítik hipotézisét, azaz a sportolásban szerzett gyakorlat növeli a részvétel valószínűségét és a részvétel rendszerességét, összevetve a gyakorlott síelőt az átlagossal. Továbbá erősebb kapcsolatot talált a részvétel gyakorisága és a tapasztalat között, mint a gyakoriság és magas jövedelem, valamint a társadalmi - gazdasági csoportba tartozás között. Utóbbiak általában valószínűsítik, hogy az egyén gyakrabban vesz részt ebben az inkább költséges sportban.

A kulturális tőke felhalmozása

A kulturális tőkét, így a sporttevékenységhez szükséges erőforrásokat meg kell szerezni, majd fel kell halmozni, hiszen minél „több van belőle”, annál könnyebben, annál kisebb erőfeszítéssel lehet hozzájutni. Ezáltal befolyásolja a jövőbeli fogyasztást a fogyasztási folyamat során felhalmozódó újabb és újabb tudás is.

Petró (2000) alapján az egyéni kulturális tőke felhalmozásának, így a sporttudás felépülésének a következő forrásai lehetnek:

- A fogyasztási folyamat: Az egyén minden egyes részvétel során tapasztalatokat, ismereteket gyűjt, amelyek a következő részvételt megkönnyítik. Nem tudja élvezni a művészi alkotást, akinek nincs tapasztalata az adott művészeti ágban. Nem tudja, mire kell, kellene figyelnie, mit is kellene értékelnie a produkcióban. A rendszeres részvétel során ezeket tanulja meg a fogyasztó, és minél jobban eligazodik ebben a világban, annál nagyobb mértékben tudja élvezni és méltányolni a termékeit.

Ugyanez érvényes a sportban való részvételre is. A tapasztalat megkönnyíti a bekapcsolódást a sportolásba; az edzettség megléte, a szabályok egyre magabiztosabb ismerete lehetővé teszi, hogy a sportoló csak a tevékenységre, a minél jobb eredményt elérésére koncentráljon. A sportnéző is annál inkább tudja értékelni a teljesítményt, minél jártasabb az adott sportág szabályrendszerében, múltbeli eseményeiben, minél jobban ismeri annak szereplőit, lehetőségeit. A tanulás a részvétellel jön létre.

- Előzetes felkészülés: A kulturális élményre szükséges már annak elfogyasztását megelőzően is készülni. Formális és informális, aktív és passzív módon egyaránt lehetséges információkat összegyűjteni. Elolvasható adott esetben az előadás kritikája, de az egyén faggathatja róla barátait, ismerőseit is. Teheti mindezt aktívan, azaz tevőlegesen, de akár passzívan is, saját belső, hasonló múltbeli élményeinek a felidézésével.

A sportolás is felkészülést kíván meg a tevékenység megkezdése előtt. A sportfelszerelés biztosítása a lehetőséget teremti meg, a pszichés felkészülés a sikeresebb részvételhez járul hozzá. A szabadidejében sportoló nemcsak a sportágról, de a sportolás helyszínéről is szükséges, hogy információkkal rendelkezzen.

- Iskolai és iskolán kívüli tanulás, képzés, önképzés: Ezek során műveltség sajátítható el, képességeket és készségeket lehet szerezni, amely beépül a kulturális tőkébe.

A sporttal való találkozás, a tanulás kiemelt helyszíne az iskola. Itt teremtnének meg az alapok, az iskolában a gyermek számos sportággal találkozhat. Az iskolán túl egyéb szervezett vagy egyéni keretek között lehetséges a sportrésztvétel.

A tanulás folyamata hosszadalmas és erőfeszítéseket igényel a fogyasztótól. Mindez azonban megkönnyíthető, illetve ösztönözhető. Megkönnyíti egyrészt az egyén társas környezete, akikkel a képzés folyamatán együtt esnek át. Scitovsky korábban már említett művében a szülőktől kapott ösztönzés szükségességét hangsúlyozza. Scitovsky a szülőktől kapott ösztönzést, nógatást, segítséget és dicséretet említi, amelynek hatására a gyerekek megszerezték az olvasás és egyéb szabadidős tevékenységek elsajátításához szükséges ismereteket, s eközben megértették, hogy az új és érdekes jelenségek felfedezése megéri a fáradságot.

Aki ezt az élményt felfedezte, annak kevésbé van szüksége (vagy egyáltalán nincs) ösztönzésre és nógatásra, örömmé válik számára a kulturális fogyasztás. Éppen ezért kiemelt a gyermekkori tanulás jelentősége. A szülői befolyás gyengülésével, illetve az iskola előíró környezetéből kikerülve megfelelően ösztönző szociális környezet híján az egyén biztatás nélkül marad.

A kulturális javak fogyasztásának ösztönzése túl kell, hogy nőjön az egyén mikrokörnyezetén. Ezek a javak az érdemi, kíváncsú javak közé tartoznak (merit goods), amelynek fogyasztása kíváncsú, így azt külsőleg ösztönözni kell. Musgrave (1987) felfogását osztva a fogyasztók ezeket a javat nem tudják kellően értékelni, így azok hasznosságát alábecsülik.

Ahogy Magyary Beck (2000) megállapítja „a magasabb rendű szükségleteinkből azonban teljességgel hiányzik minden rendű és rangú velünk született minőségellenőrzési készség”. Szükséges tehát a külső ellenőrzés, a minőségbiztosítás, a minőségi fogyasztás ösztönzése.

Az elégtelen keresletet külső beavatkozással szükséges növelni. Ez lehet például kötelező oktatása, illetve közvetlen vagy közvetett támogatások nyújtása. A fogyasztói identitás, a választás szabadsága ebben az esetben kétségtelenül csorbul, az igazolható össztársadalmi hasznosság azonban feloldhatja ezt.

Scitovsky érvelésében az unalom káros következményei (erőszak, gyilkosság, gyűlölködés) ellen nélkülözhetetlennek érzi a hasznos és pozitív szabadidős elfoglaltságok ösztönzését. Ezek fogyasztása ugyanis pozitív externáliákkal jár. Ezek a kedvező külső hatások lecsapódhatnak a termelőknél (a kulturális javak fogyasztása más területen is okozhat keresletnövekedést), de más fogyasztóknál is. Utóbbira példa a kultúra nemzeti identitást erősítő, presztízs-növelő szerepe.

Egyetérték András (2006) megállapításával, miszerint a szabadidősport fogyasztása olyan pozitív externális hatásokkal rendelkezik, amelyek megmagyarázzák az állam és az önkormányzatok jelenlétét ezen a területen. Az egyik legfontosabb externális hatás a lakosság egészségi állapotának javulása a sporttevékenységben való részvétel következtében. A sportolás és az egészségjavulás közötti pozitív összefüggést számos tanulmány igazolta.¹¹ Empirikusan nem bizonyított, de többen, így András (2006) is egyetért azzal, hogy a sportolás olyan szabadidő eltöltési mód, amely alkalmas az agresszivitás, a feszültség levezetésére, így közvetve hozzájárul a bűnözés, valamint a vandalizmus csökkenéséhez.

3. 2. Fogyasztói viselkedés a sportban – a sportfogyasztást befolyásoló tényezők áttekintése

Sportfogyasztónak nem születünk, hanem azzá válunk. Ahogy korábban már említésre került: a sport, a mozgás az ember számára olyan igény, amelyet meg kell, hogy tanuljon, vagyis nem velünk született szükséglet. Ennek a körülménynek jelentős szerepe van többek között abban, hogy koronként és kultúránként változó a mozgás iránti igény, a mozgás formája, intenzitása és tömegessége (Hoffmann, 2003).

A sportfogyasztás változatos formákban nyilvánulhat meg:

¹¹ Lásd többek között U.S. Department of Health and Human Services, Physical activity and health: A report of the Surgeon General, Atlanta, GA: Centres for Disease Control and Prevention, 1996 vagy Durin, J. V. G. A, Physical activity levels past and present, in: Norgan, N. editor, Physical activity and health, Cambridge University Press, 1992, 20-27

- (2) (5) (1) (6) (7) (3) (4)
- ← Passzív részvétel ————— Aktív részvétel →

A sportfogyasztás az aktív – passzív skála végpontjai között mozog. A leghalványabb sportfogyasztást a sporthírek fogyasztása és az interaktív sportjáték vagy kommunikáció (számítógépes sportjáték, online chat) jelenti.

A sportrészvétel döntési modellje

49

Az egyes szakaszokat befolyásolja a részvételi döntés típusa, illetve a vásárló érintettsége (Hofmeister, 2003).

A döntéshozatal összetett folyamat, a szituációtól függően alapos vagy kevésbé alapos megfontolást követel meg, beleértve az idő és a költségvonzatokat. A döntést befolyásolja a fogyasztó érdekeltsége is. Zaichkowsky (1975) alapján az érdekeltség az egyén értékei, szükségletei és érdeklődése alapján észlelt fontosságát jelzi valamely tárgynak, jelen esetben a sportolásban való részvételnek. A magas fogyasztói érdekeltség esetében a fogyasztó késztetése erős, hogy adott termékkel vagy márkával foglalkozzon. A fogyasztóra jellemző az aktív keresés, az információkkal szembeni nyitottság. A magas érdekeltség erős érzelmekkel jár, a fogyasztók motivációja erős, a vásárlásra több energiát szánnak. Az alacsony fogyasztói érdekeltség ezzel szemben rutinszerű viselkedést eredményez. A fogyasztó kevesebb energiát fordít a keresésre és a vásárlásra, az értékelés jellemzően a vásárlást követően jön létre. A sportrészvétel általában a magas érdekeltségű döntések közé tartozik. A döntés előzetes információkeresést és mérlegelést igényel.

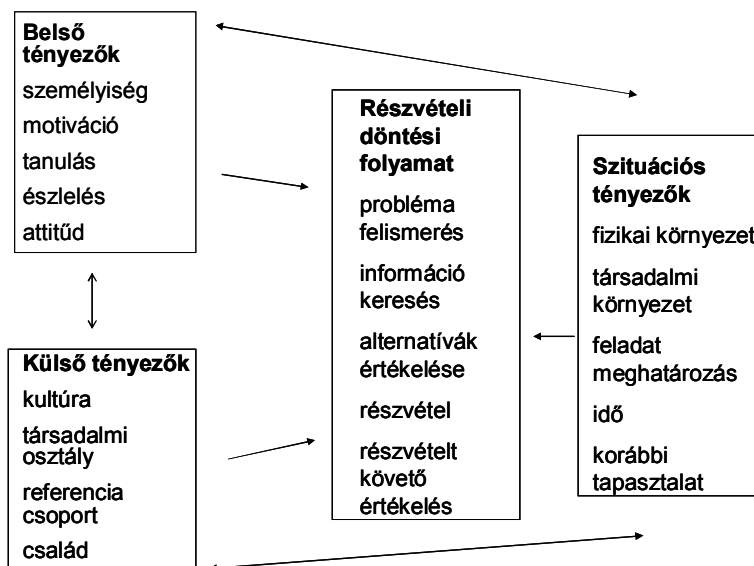
Az igazán elkötelezett sportfogyasztóra jellemző, hogy tagja valamelyik egyesületnek, szakosztálynak, bérlettel rendelkezik, és így rendszeres résztvevő, mint sportoló, vagy mint néző, befogadó.

A sport iránti elkötelezettséget K. Alexandris et al. (2002) fitness klub látogatók körében végzett kutatása szerint befolyásolja a sport élvezete, az egyén személyes befektetései (idő, energia, anyagiak), a társadalmi nyomás, valamint a részvételi lehetőségek.

A fogyasztók eltérő belső és külső jellemzőkkel rendelkeznek akkor, amikor részvételi döntésüket meghozzák. Ezek a tényezők befolyásolják probléma észlelésüket, információkeresésük módját/kiterjedtségét, az értékelési módjaikat illetve azt, ahogyan a részvételüket utólagosan értékelik.

A részvételi döntési modell a következő főbb elemeket mutatja be:

- Belső, pszichológiai tényezők
- Külső, társadalmi – kulturális tényezők
- Szituációs tényezők



5. ábra: A sportban aktívan résztvevők modellje (Shank, 2002 alapján)

A részvételt befolyásoló belső tényezők

Belső tényezők között egyéni, pszichológiai tényezőket találunk, ezek a következő módon foglalhatóak össze:

- A személyiség

A személyiség számos dimenzió mentén értékelhető. A sport esetében érdemes megemlíteni az introvertált vagy extrovertált személyiségtípust. Egyes kutatások (Brooks, 1987, in: Bojtor et al 1995) szerint a belülről vezért emberek közel kétszeres valószínűséggel sportolnak, mint a kívülről vezéreltek.

Ezen kívül a társasághoz való viszony kihat az egyéni vagy a csapatsportok választására. A személyiségjegyek befolyásolják a szabadidő eltöltés módját, más sportot választ az agresszív/domináns és mást a követő típus (Shank, 2001, 154-155 o.). Nemcsak a személyiség befolyásolja a sportfogyasztást, de a sportolás is alakítja a személyiséget.

Azonkívül, hogy például a csapatjátékok megtanítják az együttműködés szabályait, a sportoló lelki egészségére is hatással vannak. Pluhár – Pikó (2003) szegedi középiskolás fiatalok körében végzett kutatásai megerősítik, hogy a rendszeresen sportoló fiatalok pszichoszociális állapota jobb, amely kimutatható azzal, hogy magabiztosabbak, jövőorientáltabbak és jobbnak ítélik az egészségüket.

- A motiváció: azaz a sportolás 'miért'-je

A sportfogyasztásban a motiváció a következő fő formákban jelentkezhet (Hoffmann, 2003 és Moore, 1987, in: Bojtor, 1995 alapján): (1) A siker/győzelem motívuma, amely ösztönözheti a részvételt egy versenyen nézői vagy a versenyzői státuszban egyaránt. (2) A társaság, azaz az együtt lenni motívum, amely arra készteti a sportfogyasztót, hogy társaságával, azaz másokkal együtt időt szánjon a sporteseményeken való megjelenésre vagy az aktív részvételre. (3) Az egészség és fittség motívuma, amely egyre gyakoribb oka a sportolásnak hazánkban is. (4) A kikapcsolódás/szórakozás és a játék motívum, amely vonzó a "homo ludens" avagy a játékos ember számára, aki értékelni tudja a játék örömét.

A sportolás motivációi között eltérés található a férfiak és a nők esetében. A férfiak számára a versenyzés, a státusz és a győzelem a legfontosabb ösztönzői a sportolásnak. A nők számára ezek a tényezők kevésbé fontosak. Esetükben a fő mozgatók a társaság, amely az életkor előre haladásával egyre inkább felértékelődik; a fittség, egészségmegőrzése; a testsúlykontroll, és a jó megjelenés biztosítása.

Szabó (2004) magyar egyetemisták körében végzett kutatása alapján a sportolás legfőbb indoka az, hogy a sport kikapcsolódást, szórakozást jelent (72,3%). Az egészség (68,6%) és a fittség (66,9%) a következő két fontos motiváló tényező, emellett 60% feletti értéket kapott még az élvezet, azaz, hogy jól érzik magukat a fiatalok sportolás közben.

A rendszeres sportrészvételt ösztönző tényezők mellett egyidejűleg hatnak ezzel ellentétes faktorok, amelyek a részvétel megszakítását eredményezik. Dishman (2001), valamint Kelly & Warnick (1999) kutatásai szerint az adott sportot/sportágat elkezdőknek körülbelül a fele később felhagyja a tevékenységgel. Laverie (1998) a tartós sportrészvétel befolyásolóit kutatta aerobik órát látogatók körében.

A következő motivációkat azonosította: az óra hangulata, a fizikai és pszichológiai előnyök, az órához kötődő társaság, a többiekkel való összehasonlítás, a megszállottság, valamint a sportághoz kötődő érzések, élvezete. Úgy találta, hogy ezek tartják fenn a tevékenység végzését és ezektől a kezdeti motiváció eltérő. Az első lépés megtételében nagyobb szerepet kap mások biztatása, a saját elhatározás, illetve más tevékenységekkel való kapcsolat. A fenntartó erőbe beépül, és nagy szerephez jut a megszerzett tapasztalat, az átélt élmény.

Gerard & Chick (2002) kempingezők körében vizsgálta azt, hogy miért térnek vissza ugyanarra a helyre évről-évre. Az ismételt részvételt más tényezők mellett kiemelten okozza a másokkal való kapcsolat és az élmények, amelyeket a számukra fontos családtagokkal és barátokkal megoszthatnak.

- Tanulás, azaz élmények, tapasztalatok gyűjtése

A fizikai képességek egy része örökölt, de gyakorlással ezek a képességek fejleszthetők. A tanulás részben tudati, azaz a sporthoz kötődő ismeretek elméleti elsajátítását, valamint a sportesemények folyamatos nyomon követését, ismeretét jelenti. Másrészt részvételi, azaz fizikai gyakorlást kíván, a rendszeres testedzés révén elért fejlődést jelenti. Végül a tanulás részben társas, vagyis mások megfigyelésén alapul. Az egyén a tanulás révén szerezi meg, építi fel kulturális tőkéjét.

A tanulás különösen jelentős szerepet tölt be a sportfogyasztásban, mert az emberrel született adottságok, örökölt képességek csak gyakorlással, fejlesztéssel teszik lehetővé a komolyabb teljesítményt. A fizikai aktivitást követelő sportágak elsajátítása megkívánja a tevékenységben való részvételt. Az ismeretszerzést támogathatja mások megfigyelése és az elméleti megfontolás, de a tényleges aktivitás a lelke a tevékenységnek, így jelentősége a tanulásban kiemelt. Az általános tanulási modell szerint a tanulni – érezni – csinálni folyamattal érhető el az ismeretek elsajátítása. Hoffmann (2003) alapján a sportban a sorrend változik, mert az érzelmek a tanulásban meghatározó szerephez jutnak. Ezért a sport esetében a tanulási modell az érezni – csinálni – tanulni folyamattal írható le.

- Az észlelés összekapcsolja az egyént a külvilággal

Az észlelés során az egyén érzékeli, értékeli, értelmezi a környezetből származó információt. A sport, szűkebben adott sportág vagy klub megítélése összefügg a róla kialakított képpel. A részvételt támogatja, ha az egyén az énképéhez közelebb látja a tevékenységet, ha a vágyott előnyöket a választott sport biztosítja számára. A részvételt befolyásolja a tevékenység észlelt kockázata és befektetése. Általában mindkettő magas a sziklamászás esetében (kihívó célpont megmászása esetén, amely komoly felszerelést igényel), ugyanakkor mindkettő alacsony egy sportesemény televíziós megtekintésekor (átlagos tévénézési körülmények között) (Bojtor et. al, 1995).

- Az attitűd

Az attitűd kifejezi, hogy az egyén mit szeret és mit nem, ezzel egyfajta általánosított véleményt tükröz. A sport általános megítélése vagy egyes sportágakról kialakult vélemény alapulhat téves hiedelmeken, kevés ismereten vagy származhat egyoldalú forrásból. A sportmarketing célja, hogy a hiányos és téves nézeteket megváltoztassa és a fogyasztókban pozitív attitűdöt, képet alakítson ki a tevékenység iránt. Ilyen hiedelem lehet például, hogy a fallabda nagyon drága sport. Ez a vélekedés megakadályozhatja azt, hogy az egyén kapcsolatba kerüljön a sportággal. Holott ha tapasztalatot szerez a sportágban, megkedvelheti, és vállalhatja a költségeit is.

Az attitűd fő elemei az érzelmi, az értelmi és a magatartási komponensek. A pozitív értelmi és érzelmi viszonyulás azonban nem minden esetben vezet cselekvéshez. Így a sportolás szeretete és fontosságának elismerése sem eredményezi egyértelműen azt, hogy az egyén aktívan sportoljon. Ahogy korábban már elhangzott, a sporttevékenység az egyéntől erőfeszítéseket kíván, így más passzív szabadidős elfoglaltságok, ahol az élmény kisebb energiával is megszerezhető, valós és vonzó alternatívái a sportolásnak (például a televíziónézés).

A részvételt befolyásoló külső tényezők

A külső tényezők az egyénre ható szociológiai, társas tényezőket foglalják magukba. Ide tartozik a társas környezet minden egyes csoportja, valamint a közöttük kialakuló interakciók.

▪ Kultúra

Az átfogó keret a kultúra¹², melynek értékrendszere támogathatja vagy visszafoghatja a sportfogyasztást. Az a társadalom, ahol a verseny, a kemény munka, a fegyelem fontos, pozitív szerepet tölt be, ott a sport jelentősége is kiemelkedőbb, hiszen a társadalom értékei és a sport értékei összecsengenek egymással.

Takács (2003) három kultúra-modellt mutat be kultúraelméleti összefoglalójában. Megállapítja, hogy a nyugati kultúra több mint kétezer éves történetében 1500 évig a tradicionális-vallásos kultúra dominált, ahol a hagyományok, a család, vallás, erkölcs jutott fontos szerephez, majd az utóbbi 500 évig a modern-anyagelvű kultúra volt jellemző, vagyis az anyagi javak, a könnyű szórakozás, a hatékonyság és külső fontossága értékelődött fel. Alig fél évszázada jelent meg a harmadik kultúra modell, azaz az „átfogó kultúra”, amely az anyagiakból való kiábrándulást, a természet felértékelődését, a spiritualitás elterjedését jelenti.

Utóbbiba tartozik az egészség- és környezettudatosság megjelenése vagy a wellness mozgalom elterjedése, amely szintén az utóbbi fél évszázad hozadéka. Ez az új kultúra Takács szerint támogatóbb lehet a testkultúra elterjedése számára is, mint a korábbiak, hiszen az első két korszakban nem volt markáns jelenléte a testkultúrának. Az első korszakban a sportolást, testedzést a vidékies életmód és a katonai szolgálat támogatta, a második érában pedig a külsőségek felértékelődése miatt juthatott szerephez, amely a sport révén volt megszerezhető, megtartható.¹³

▪ Társadalmi osztály

A társadalmi rétegződés az egyének közötti vagyoni, hatalmi és presztízskülönbségek miatt jön létre. A társadalmi osztály elemzése mögött meghúzódó koncepció az, hogy az osztályon belül az értékek, az életstílus és a magatartás konzisztens. Az életstílus egyértelműen azt fejezi ki, ahogyan az emberek élnek. Kiterjed a tevékenységekre, az érdeklődésre, preferenciákra és a fogyasztásra is (Hofmeister, 2003, 54-64 o.). Így az életstílus, életmód részeként a sporthoz való viszonyt, a sportfogyasztásra is magában foglalja.

¹² Itt a fogalom azoknak az értékeknek, szokásoknak, tanult meggyőződéseknek az összességét jelenti, amelyek adott társadalomban a fogyasztói magatartást meghatározzák.

¹³ Ahogy Featherstone (1982, 70-107. o.) megállapítja „a fogyasztói kultúra a testet kiáltotta ki az öröm hordozójává.”, elindult a küzdelem az ideális eléréséért, amihez segítséget kaphat a fogyasztó a kozmetikai, a fitness és a szabadidőipar részéről.

Egyes sportok magasabb, míg mások alacsonyabb státuszt fejeznek ki. Előző kategóriába tartozik többek között a tenisz, a fallabda vagy a golf, hozzáférésüket többek között korlátozott anyagi elérhetőségük korlátozza. Bourdieu (1978) szerint a francia felső osztályok nagyobb valószínűséggel golfoznak és síelnek, mint a munkásosztály tagjai. De kevésbé érdeklődnek a bokszt, a rugbyt, a testépítést és a futballt iránt.

- A referencia csoportok

A referencia csoportok az egyén attitűdjére, viselkedésére közvetlen vagy közvetett hatást gyakorolnak. A csoportnormákat, értékeket teremti, feladatokat fogalmaz meg (Hofmeister, 2003), így a sport iránti vélekedést és magatartást is meghatározza. A referencia csoporthoz tartoznak egyrészt az egyén barátai, ismeretségi körének tagjai. Az ő sportban való részvételük, az általuk követett értékek, normák mintául szolgálnak az egyén számára, megadják az ösztönzést és társaságot. A sport a társadalmi élet helyszíne is, így a referenciacsoporttal való találkozást is biztosítja. Az egyén személyes környezetén túl a professzionális sportolók, „sztárok” azok, akik erőt, sikert, győzelmet kifejezve egy vágyott világot mutatnak be. Ösztönözhetik a sportban való részvételt, de ezen túl általános életmód (termékhasználat) mintákat is bemutatnak. A sportrajongás kiterjed a jegyvásárláson túl sportemlékek, ereklyék megvételére is, valamint az események médiában való nyomon követésére.

- A család

A család elsődleges helye a szocializációnak. A családban a sport iránti igényt a szülők magatartása határozza meg. Nagy a valószínűsége annak, hogy a gyerek is sportol, ha a szülők, vagy legalább egyikük aktívan részt vesz valamilyen testedzésben. A szülők adják a mintát a sporttal kapcsolatos magatartáshoz is. Azokban a társadalmakban, amelyekben tudatosabb az egészség megőrzését szolgáló mozgáskultúra, ott generációk öröközik át ezt egymásra. Jó példa erre Észak-Amerika, ahol ma már legalább két-három generáció hétköznapi életéhez tartozik hozzá a testedzés valamilyen formája, a kisgyermekkortól idősorig (Hoffmann, 2003, 118. o.).

A szituációs tényezők

A belső és külső tényezők viszonylag állandó természetűek, így befolyásuk a fogyasztói viselkedésre is viszonylag hasonló. Ezzel szemben a szituációs, környezeti tényezők változékonyak, mindig adott idő – hely relációban alakulnak ki. A három legfontosabb a fizikai körülmények, a társas környezet és a rendelkezésre álló idő, de ide tartozik továbbá az egyén hangulata, egészségi állapota stb. is.

- Fizikai körülmények

A fizikai körülmények közé tartoznak a sportolás közvetlen feltételei, így a létesítmények állapota, megközelíthetősége is. A kedvező körülmények, a hosszú nyitvatartási idő, a létesítmények modern felszereltsége ösztönözheti a sportolást. De fizikai és egyúttal kiszámíthatatlan körülmény az időjárás, amely akár meg is hiúsíthat sporteseményeket. (például egy Balaton átúszást).

- Társas környezet

A társas közeg magában foglalja a szolgáltatást nyújtó személyzetet (jegyértékesítő, ruhatáros, edző stb.) és a többi, jelenlevő fogyasztót. A fogyasztói elégedettséget, így akár a folyamatos sportrésztvételt is érinti, hogy az emberi környezetet a fogyasztó mennyire érzi támogatónak. A vevőorientált kiszolgálás mellett arra is szükség van, hogy az egyén a képességeinek, stílusának megfelelően tudjon bekapcsolódni a játékba. Egy haladó aerobik óra, egy sokkal jobban felkészült teniszpartner nem feltétlenül jelent kihívást, a kudarcélmény jellemzően inkább frusztrációt okoz.

- Rendelkezésre álló idő

A mai modern társadalom tagjai időnyomásban élnek.¹⁴ Megváltozott a családmodell, ma tipikusan kétkeresős egy háztartás. A szabadidő korlátozottan áll rendelkezésre, ez a sportkeresletre, sportfogyasztásra is hatással van. A hazánkban 2000-ben végzett nagymintás Ifjúság2000 kutatás eredményei szerint a 19-25 éves fiatalok számára az időhiány a legfőbb indok a sportolás elmulasztására (57,5%)

Hornik (1982) kutatásában a szituáció befolyását vizsgálta az időfelhasználásra. Megközelítésének alapja, hogy az időbeosztás befolyásolói az egyén, a preferenciái, a szituációs helyzet, valamint az ezek között létrejövő interakció.

¹⁴ Lásd feljebb a Kultúra alpont alatt Takács (2003) gondolatait

Azt találta, hogy az egyéni preferencia és szituációhatás erősebb volt a házi munka és a szabadidő esetében szemben a munkával és más mindennapos szükséges tevékenységekkel. Magyarázza ezt, hogy a házimunkában és a szabadidőben az egyén döntési lehetőségei magasabbak, erősebben érvényesülhet a szituáció befolyása.

Az aktív sportolás és sportesemény látogatása esetében negatív befolyást gyakorol a tevékenységre a szituációs tényezők közül a rossz idő, az alacsony hőmérséklet és az egyén rossz hangulata. Ugyanakkor más emberek jelenléte erős pozitív kapcsolatban van az aktív sportolással, szocializációval, játékokkal. Érdekes még a rossz hangulat és a tévézés között talált pozitív összefüggés.

3. 3. A szabadidősport társadalmi jelentősége, a fogyasztás szociális környezete

A dolgozat a fogyasztói viselkedés, így a sportfogyasztói magatartás befolyásoló tényezői közül kiemelten foglalkozik az egyént körülvevő szociális környezettel és ennek kapcsán a szocializációval.

Szocializáció

A szocializáció¹⁵ a tanulás elsődleges helyszíne, a szocializáció során sajátítja el az egyén azokat a képességeket, tudást és attitűdöt, amelyek ahhoz szükségesek, hogy fogyasztókká, esetünkben sportfogyasztókká váljunk.

A szocializáció különböző közvetítő tényezők együttes hatását jelent. Ezek a közvetítő tényezők a folyamatot/eredményt jelentősen befolyásolják. Ilyen befolyásolók lehetnek a család, az iskola vagy a barátok hatása.

A szocializációs folyamat gyermekkorban kezdődik és végigkíséri az egyén teljes életútját.

¹⁵ Szocializációnak nevezzük azokat a folyamatokat, amelyeken keresztül az emberek kifejlesztik értékeiket, motivációjukat és szokásaikat., (Hawkins-Best-Coney, 1992, in: Hofmeister, 2003)



6. ábra: A szocializáció folyamata Wann (1997) alapján

A folyamatot befolyásoló tényezők közvetlenül és közvetve hatnak az egyénre, hatásuk együttesen érvényesül. Ugyanakkor az egyes tényezők eltérő módon és súllyal jelennek meg attól függően, hogy az egyén éppen melyik életszakaszában van.

A fenti ábra a sportszocializáció folyamatát illusztrálja. Kiinduló pontja a biológiailag, genetikailag meghatározott felépítés, amely elősegíti, vagy gátolja a sport elsajátítását, adott sportág iránti készséget, tehetséget. A meglevő képességet kell, hogy továbbfejlessze az egyén a sporttal való találkozása során, a szülők, barátok, iskolatársak, edzők stb. hatása, befolyása révén.

Számos tanulmány született azzal a céllal, hogy a sportszocializáció folyamatát megértse. (pl. Kenyon and McPherson (1973), Snyder and Spreitzer (1973), Greendorfer 1977, 1978, 1979, Martin and Dodder 1991, Woolger and Power 1993, Mulvihill at al. 2000). A sportszocializáció azt a tanulási folyamatot jelenti, amelynek során az egyén megtanulja a sporttal való együttélést, megérti a sportkultúrát, illetve szubkultúráit úgy, hogy internalizálja annak értékeit, hiedelmeit, attitűdjeit és normáit (Wann, 1997).

Földesiné dr. Szabó Gyöngyi (1998) az idős nők testedzéséről végzett vizsgálatában arra a megállapításra jutott, hogy a legfontosabb ok, amely az idősebb korosztály csekély mértékű sportolását magyarázza, a hiányos vagy teljesen hiányzó sportszocializáció. Az idős nemzedék gyakran nem ismeri a sportolás előnyeit. Ennek a generációnak a gyermek- és serdülőkorában különösen a női sporttal kapcsolatban erős tévhitek uralkodtak. Hiányzott a sportolásra nevelés, az aktív élet előnyeinek a megértése, megismerése.

A referenciacsoportok (szülők, barátok, kortársak) szerepe a sport részvételben

A gyermek szüleit tekinthetjük a legfontosabb szocializációs közegnek. Ugyanakkor a szülők hatása a gyermek sportolására nem egyértelmű. Számos tanulmány (Snyder és Spreitzer, 1973; Greendorfer 1977, 1979; Kenyon és McPherson, 1974; Woolger és Power, 1993; Greendorfer és Ewing, 1981; Martin és Dodder, 1991) foglalkozott a kérdéssel és ellentmondásos eredményre jutottak.

A korábban már említett munkákban általános- és középiskolás valamint főiskolás/ egyetemista diákok számoltak be a szüleik sporthoz való viszonyáról. Kevesebb azoknak a tudományos munkáknak a száma, ahol a szülők maguk nyilatkoznak a saját viselkedésükről/szokásaikról (ilyen például Mulvihill et al. 2000 tanulmánya).

Woolger és Power (1993) a szülői befolyás öt területét értelmezte, a jóváhagyást, a mintaadást, a várakozásokat, a jutalmazást illetve büntetést, valamint az irányítást. Tanulmányuk szerint a szülői befolyás elsősorban a gyermekkorban jelentős, majd a tinédzserség idején már kisebb szerephez jut. Továbbá pozitív összefüggést találtak a gyermek sportban való részvételének mértéke és aközött, hogy a sportolók mennyire észlelték a szülői érdeklődést, bátorítást vagy részvételt.

Néhány tanulmány, így Greendorfer és Ewing (1981) is arra a következtetésre jutott, hogy a szülői bátorítás vagy részvétel elsősorban az azonos nemű gyermek esetében fontos. Bengoechea (2003) is amellet érvel, hogy a szülői hatást bontsuk szét anyai és apai hatásra, ahelyett, hogy együttesen kezeljük. Továbbá mélyinterjúk megkérdezésének eredményeként vitatja Greendorfer et. al következményeit, azaz szerinte a szülői hatás nem feltétlenül csökken a gyermek korával. Szerinte a szülők befolyása azzal együtt sem csökken, hogy a kortársak szerepe központiá válik.

Ezzel szemben Mulvihill et al. (2000) eredményei szerint a szülőknek egyre csökkenő befolyásuk van arra, hogy a gyermekük mennyit sportol, továbbá csak csekély mértékben tudják gyermekeiket sportolásra ösztönözni.

Érvelése szerint a gyermekek számos tevékenysége nem a családhoz kötődik, emellett hat rájuk a média tömegkommunikációja és szívesebben töltik szabadidejüket a kortársaikkal, barátaikkal, mint a családjukkal. A szerző tanulmányában 11-15 éves diákok viselkedéséről számolt be, akik szívesebben mennek sportolni a barátaikkal, mint a szüleikkel. Hasonlóan vélekedik Martin és Dodder (1991) is. 504 diákkal készített interjú után azt a következtetést vonták le, hogy a számos sportolásra ható változó közül a szülők szerepe kisebb, mint más egyéb vizsgált elemeké. Szerintük a szülői hatás inkább indirekt módon jelentkezik, így olyan közvetlen hatások, mint például a másoktól kapott bátorítás nagyobb szerephez jutnak a sportban való részvétel magyarázatakor.

A Kanadai Fitness és Életstílus Kutatóintézet vizsgálatai megerősítik, hogy a gyermekek sportolására ösztönzően hat a család sportrésztvétele. Jellemző, hogy azok a gyermekek inkább sportolnak, akiknek a testvérei vagy a szülei fizikailag aktívak, illetve akiknek a szülei bátorítják őket a sportolásra.

Rao, Childers és Dutta (1991, in: Childers – Rao, 1992) eredményei alapján a családon belüli interakciók és kommunikáció befolyásolhatja a márka preferenciákat és lojalitást, az információkeresés és feldolgozás mintáit, a médiához való viszonyt, az érzékenységet és az ár-minőség észlelését, megítélését. A szerzők hangsúlyozzák a termékkategória jelentőségét a referenciacsoport befolyásának érvényesülésében. A hatást befolyásolja az, hogy a termék fogyasztása mennyire látható mások számára, illetve milyen társas interakció lép fel ennek során.

A szakirodalom - ahogy korábban már kiderült - a szülői befolyás mellett a kortársak, barátok befolyásoló szerepét tartja jelentősnek. Bachmann et al. (1993) a barátok szerepének a megnövekedését az általános iskolai évek időszakára teszi. Ugyanakkor árnyalja az ismereteket azzal az eredménnyel, amely szerint az életkor növekedésével a barátok befolyása csak bizonyos termékkategóriák esetében erősödik. Ezek a termékek pedig elsősorban a látható javak. A sportolás ezen látható javak sorába tartozik, hiszen a sportrésztvétel pozitív, kedvező benyomást kelt a közösségben, sikerességet sugall – akárcsak a divatos ruhadarabok, cipők, kiegészítők.

Az iskola szerepe a sport részvételben

Bognár és tsai (2005) tanulmánya szerint az iskolai testnevelésnek döntő hatása van a későbbi felnőttkori fizikai aktivitás minőségére. Aki gyerekkorában megfelelő élményeket és tapasztalatokat szerez a sport terén, legtöbbször felnőttkorában is aktívan, egészségesebben él.

Úgy látják, hogy legkésőbb tizenéves korban kell (és lehet) kialakítani a mozgás iránti vágyat és szeretetet, mert akkor az egyén felnőttkorában is könnyebben szán rá energiát, időt és pénzt.

Laios (1995) az iskolai és az iskolán kívüli sport közötti különbséget a görögországi gyakorlat alapján a következően fogalmazza meg. Az iskolai sportban a gyerekek megtanulják a sportot és olyan versenyekben vesznek részt, ahol a versenyszínvonal nem magas.

Ezzel szemben az iskolán kívüli (sportklub) sportolás esetében már a diákok önkéntes részvételéről van szó, ahol a nekik tetsző sportágat választhatják, ebben fejlődhetnek és részt vehetnek nem iskolai bajnokságokon. Ezt a megkülönböztetést, szerepmeghatározást kedvezőnek tartom. Az iskolai testnevelés egyik legfontosabb feladata, hogy a sportot megismertesse, megmutassa a gyerekeknek, fiataloknak, minél kiterjedtebben. Így mindenki kipróbálhatja, megtapasztalhatja azt, hogy melyik sportág áll hozzá a legközelebb és ezzel foglalkozhat az iskolaidőn túl a szabadidejében.

Csepela (2000) a hazai testneveléséről írt cikkében hasonlóképpen foglal állást. A testmozgásnak – írja – egészségmegőrző és fejlesztő funkcióin túl számos fontos hatása van, amelyekkel elsősorban a szervezett oktatás keretei között találkozhatunk. Minél több hatás éri a személyiséget, annál jobban kibontakozik, azaz a sport területére vetítve ezt, minél több mozgásfajtaival, sportággal, testnevelési játékkal ismerkedik meg a gyermek, annál inkább fejlődik a motoros, a kognitív és az affektív tanulási képessége.

Mulvihill et. al. (2000) fentebb már említett tanulmánya egyértelmű különbséget talált a nemek között abban, hogy milyen a viszonyuk az iskolai sportoláshoz.

A fiatal lányok sokkal kritikusabbak voltak az iskolai tornaórákkal szemben, mint a fiúk. Élménybeszámolóikban arról számoltak be, hogy a tanárok érzéketlenek az igényeik iránt. A tanárokkal való rossz viszony a fizikai aktivitással szembeni általános apátiát okozott. Igaz van ellenkező vélemény is. Iso-Ahola és Hatfield (1986) szerint az iskola befolyása nem elsődlegesen fontos. Szerintük az iskola csak a már meglevő sporttudást finomítja.

Hazánkban 1999-ben az Országos Köznevelési Intézet Program és Tantárgyfejlesztési Központja vizsgálta az iskolai testnevelés helyzetét. Néhány eredmény a felmérésből:

- Alsó tagozaton a testnevelési óráknak a 11%-át tartotta testnevelő tanár, 80%-át alsó tagozatos tanító
- A tanulócsoporthoz csak 22%-ban bontották nemek szerint az osztályokat¹⁶, holott ez a tanítás eredményességét jelentősen befolyásolja
- Az iskolák 72%-ban tudták biztosítani a mindennapi testnevelés feltételeit. Ez ellentmond annak, hogy a törvény ezt minden iskola számára előírja. Akadályként inkább az óraszám és nem a tárgyi feltételek merültek fel.

Oláh – Makszin (2005) a hazai tanulók testnevelési órákhoz és az osztályzatokhoz való viszonyát vizsgálta. Tanulmányukból kiderül, hogy a diákok az osztályzással jellemzően egyetértenek (73%). Ugyanakkor azt is figyelembe kell venni, hogy a diákok megszokták a mindenre kiterjedő osztályozást, illetve az elemzésben nem szerepelt, hogy azok, akik elleneztek az osztályzást, egyébként mennyire szerepeltek jól a testnevelés órákon. Pozitív, hogy majd minden diák (94%) fontosnak tartotta a testnevelés órát a kutatás szerint.

A média szerepe a sportolásban

A legtöbb tanulmány a szülők és a kortársak, barátok kiemelt szerepét hangsúlyozza az egyén szocializációjában, így a fogyasztási szokások kialakulásában is. Ugyanakkor a média viselkedésre gyakorolt hatása is régóta foglalkoztatja a kutatókat.

¹⁶ Vö. Mulvihill et. al. (2000) korábban említett eredményével

A tömegkommunikáció során létrejövő üzenet ugyanis nem csupán leírja, hanem (át)értelmezi a valóságot. A médiát itt úgy tekintem, mint platformot, amely a kulturális környezet értékeit, meggyőződéseit fejezi ki.

Moore és Moschis (1987) kutatásai szerint a televízió a fiatal fogyasztókat ismerettel és összefüggések felismerésével gazdagítja, egyúttal formálja nézőpontjukat a különböző termékek/márkák megítélésében. Isler-Popper és Ward (1987) szignifikáns kapcsolatot fedezett fel a gyerekek televíziónézési ideje, valamint a csokoládé és játék iránt támasztott vásárlási igényeik között.

Yoh (2005) arra keresi a választ, hogy az egyes szocializációs tényezők, közöttük a tömegkommunikáció hogyan befolyásolja a fiatalok fogyasztását. Kutatásában 584 tinédzser sportcipő vásárlási szokásait, annak befolyásoló elemeit vizsgálta. A legfontosabb befolyásolónak a kortársak, barátok véleményét találta, ezt követte a család, majd a média. Az a tény, hogy a sportcipő közel esik a divat szférájához, magyarázza a barátok kiemelt fontosságát. A család nagyobb mértékben volt fontos a magasabb jövedelemmel rendelkező fiatalok esetében, illetve az életkor növekedésével szerepe csökkent. Amennyiben kevesebb anyagi forrás állt a tinédzser rendelkezésre, a barátok szerepe nőtt meg. A média befolyása az idősebb tinik körében jelentősebb volt, mint a fiatalabbakéban. Nemek szerint pedig a fiúk figyeltek inkább a tömegkommunikációra, a lányok számára a barátok véleménye volt a fontosabb, ha sportcipőt vásárolnak.

Bucher (1984) tömegkommunikációs vizsgálataiban megállapította, hogy a média által megfogalmazott vélemény és kritika ösztönzi, motiválja és irányítja a viselkedést. Horne et al. (1999) munkájában utal Peters (1976) az Olimpiai Játékok, és Buscombe (1979) a futball közvetítések vizsgálatára, ahol a szerzők az egyes elemeket (kommentár, kameraállás, vágás stb.), illetve ezek hatását vizsgálták az esemény/sportág megítélésére. Bemutatja, hogy az előbbi elemekkel való „játék” izgalmasabbá vagy unalmasabbá teheti ugyanazt az eseményt.

A média azzal, hogy a sportolást különböző üzentekkel köti össze, más és más hatást ér el. Tinédzserlányok körében teszteltek különböző sportról, fizikai aktivitásról szóló üzeneteket azzal a céllal, hogy kiderüljön melyik, hogyan hat rájuk (Shaw, 1989). Több mint 600 diákot kérdeztek meg 13 különböző középiskolában kérdőívvel, illetve személyes beszélgetéssel. A megkérdezés során a lányok a fitness-t népszerűsítő üzenet több változatát látták. A kérdés az volt, hogy a bemutatás módja ösztönző-e számukra, biztatja-e őket a részvételre. Kiderült, hogy a legösztönzőbb az, ha átlagos, mindennapi lányok képén keresztül jelenik meg a sport, ha inkább kényelmes, mint testre simuló ruhát látnak. Vonzóbb volt a számukra, ha magáról a tevékenységről tudtak meg többet, azaz a bemutatás nem az alakra koncentrál. A tevékenység szerintük szóljon az örömről, azaz egészségről és ne versenyszellemű legyen. Kiemelték, hogy ne a vékonyság legyen a középpontban. Ennek ismerete főképp azért fontos, mert ismert, hogy a fiatal lányoknál a sportolás legfőbb ösztönzője a testsúly menedzsment, az alakjavítás.

Társas interakciók a sportban

A sportban való részvétel, ahogy korábban már említésre került időt, pénzt és nem utolsósorban személyes energiát követel az egyéntől. Ugyanakkor a fizikai aktivitás társas kapcsolatokra is lehetőséget ad, „megteremti az esélyét annak, hogy új barátokat szerezzünk, hogy fenntartsuk a kapcsolatot a hozzánk közel állókkal és helyet adjunk általános társadalmi interakcióknak” (Alderman, 1974).

A társas kapcsolatok, a társas interakció az egyik legfontosabb és leggyakrabban emlegetett oka a szabadidős tevékenységekben való részvételnek. De vajon a szabadidős tevékenységek kapcsán fellépő társas kapcsolatok jellemzői egyediek és eltérnek a nem szabadidős tevékenységek során tapasztaltaktól? Erre a kérdésre kereste a választ Auld és Case (1997) kutatása, amelyet egyetemisták körében végeztek. Feltáró tanulmányról van szó, így az eredmények nem általánosíthatóak, de az azonosított különbségek figyelemfelkeltőek, jelzésértékűek.

A szabadidős tevékenységek esetében a következő társas interakciókat azonosították a felek között: informálás, tudáscsere, önbecsülés, segítség, érzelmi támogatás, elismerés. Ugyanezek a nem szabadidős társas kapcsolatok esetén kevésbé jellemzőek, kivételt mindössze egy elem esetén találtak, az informálás, tudáscsere kapcsán.

A társas kapcsolat, társas interakció feltételezi két vagy több szereplő részvételét, akik lehetnek egyének, csoportok vagy nagyobb kollektívák (akár nemzetek). A szabadidős társas kapcsolatok területén, hagyományosan, a szabadon választott időeltöltési mód miatt, feltételezzük, hogy ezek az interakciók pozitívak, kellemesek, különben az egyének nem vennének részt ebben a tevékenységben (Stokowski, 1994). Igaz ez abban az esetben, ha a szabadidős tevékenységet, konkrétan a sporttevékenységet tisztán szabadidőnek tudjuk definiálni. Amennyiben bármilyen kötelező elem megjelenik és realisztikusabban, valahol a tiszta szabadság és a tiszta kötelezettség, mint két végpont között vagyunk, akkor ez a társas interakció kevésbé pozitív is lehet.

Ez a társas környezet élményt és örömet ad a jelenben, amellett, hogy a sportolásnak kedvező hosszú távú egészségügyi előnyei vannak. Számos ember azért sportol, hogy a társaság iránti igényét kielégítse, igaz más rövid távú előnyei is vannak a testmozgásnak. A fizikailag aktív emberek jobban néznek ki, egészségesebbnek tűnnek, energikusak, könnyebben tartják fenn az egészséges testsúlyukat, könnyebben kezelik a stresszt, erősebbek az izmaik és a csontjaik és kiegyensúlyozottabbak. (Katzmarzyk et al. 2000). Mindezek előtt áll a társasági szórakozás, amely nem meglepően az egyik legfőbb ösztönzője a fiatalok sportolásának. A nők körében a társaság szerepe Gill & Overdorf (1994) szerint az életkorral felértékelődik.

4. A SPORTFOGYASZTÁS MAGYARORSZÁGON

4.1 A szabadidősport környezete hazánkban

Hazánkban nem megfelelő a sportolás szükségességének a felismerése; a lakosságnak és még a fiataloknak is csak kis hányada mozog rendszeresen. Először a hazai sport táján vett környezetét mutatom be, a lakosság életmódját, szabadidő eltöltési módját, majd ezután a felnőtt lakosság és konkrétan a fiatalok sportoláshoz való viszonyát, sportolási szokásait.

A lakosság demográfiai összetétele, egészségügyi állapota

Magyarországon, akárcsak az iparosodott országok többségében a népesség száma csökkenő. Igaz 2005-ben a korábban alacsony szinten stagnált születésszám emelkedett, de ez együtt járt a halálozások számának emelkedésével. A népességcsökkenés mellett a népesség összetételében bekövetkezett változások tovább folytatódtak. Csökken a házasságkötések száma, ezzel együtt nő az egyedül élők és az elváltak száma. Folytatódik a népesség öregedése, a 65 évesek és idősebbek száma 2005-ben haladta meg először a gyermekkorúak számát. 2006. január elsején 100 gyermekkorú lakosra 103 időskorú jutott (KSH Népmozgalmi adatok, 2006). Vitrai és Mihalicza (2006) tanulmánya alapján a világ 30 legfejlettebb országa (OECD) közül Magyarországnál csak Törökországban számíthatnak alacsonyabb várható élettartamra az újszülöttek. Magyar jellegzetesség, hogy a nők és férfiak várható élettartama között jelentős különbség van. A nők előnye hazánkban 8,3 év, míg az EU átlag 6,2 év.

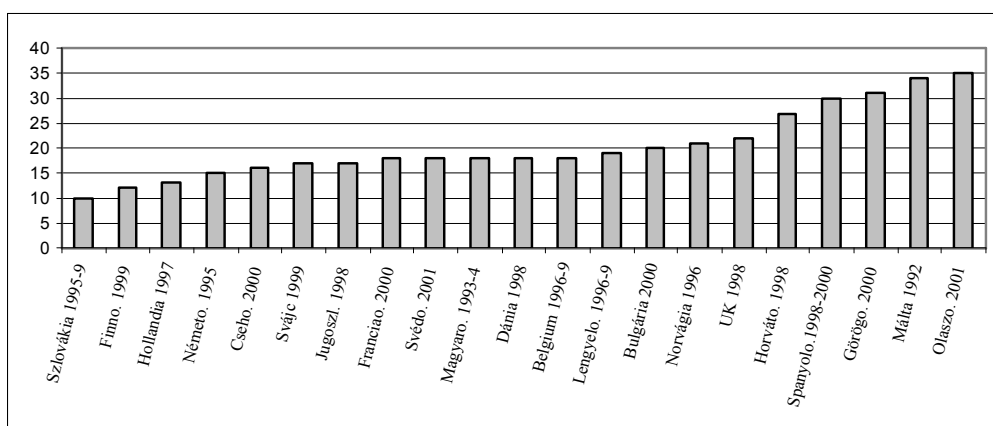
Amellett, hogy hazánk lakosságának csökken a lélekszáma, egészségi állapota is romlik. A magyarok a fejlett országokkal összehasonlítva kevesebb egészségben eltöltött évre is számíthatnak. Az egészségi állapotot az öröklött és szerzett egyéni tulajdonságok, az életmód, a fizikai környezet és pszicho-szociális tényezők, valamint az egészségügy határozza meg. Az életmód részeként jelenik meg a kockázati magatartás, a táplálkozás, illetve a testmozgás.

Vitrai és Mihalicza (2006) szerint a lakosság rossz egészségi állapotáért kultúránk, hagyományaink, életkörülményeink, oktatásunk, az egészségügy, az ország és ezen keresztül a családok gazdasági helyzete hibáztatható.

Vitányi (2000) tanulmánya szerint a passzív, leszakadó csoportok aránya a magyar társadalomban 43%-ot, míg a középrétegek aránya ezzel együtt 35-40%-ot tesz ki. Ez jelentősen kisebb, mint Észak-Amerika vagy az EU országaiban. Emellett ez a réteg nem jutott el igazán a középosztálybeli léthez, túl sokat kell küzdeniük a leszakadás ellen. Az egyes tényezők pontos befolyása egyelőre nem ismert, de az bizonyos, hogy a lakosság az életmód dimenziókban rosszul teljesít. Magas a rendszeresen dohányzók aránya, magas a túlsúlyosok aránya, keveset mozgunk, sokat iszunk, kevés zöldséget, gyümölcsöt, ugyanakkor sok állati zsiradékot fogyasztunk. Az egészség megromlásának valószínűségére többek között hatással van az egyén társas kapcsolatainak minősége. A megfelelő társas támogatottsággal rendelkezők körében az esély az egészség megromlására negyedakkora, mint azok körében, akik a társas támogatottság hiányával küzdenek.

Korunk társadalmában egyre jellemzőbbé válik az ülő, mozgásszegény életmód, jellegzetesen már gyermek- és fiatalkorban is. A mozgásszegénység rizikó faktorát jelentik a halálozási és betegségi statisztikákban vezető helyen álló betegségeknek, így a szív- és érrendszeri betegségeknek, a kövérségnek és a krónikus mozgásszervi betegségeknek (Somhegyi, 2002).

Önbevalláson alapuló eredmények alapján túlsúlyos vagy elhízott a felnőttek fele. A nőknél az életkorral emelkedik a túlsúlyosság vagy elhízás gyakorisága, a férfiaknál ez nem jellemző. Másrésről a túlzott soványság ötször gyakoribb a fiatal nőknél, mint a fiatal férfiaknál. Szomorú tény, hogy a túlsúlyosság már az egészen fiatal gyermekeket is érinti. A következő táblázat ennek súlyosságát mutatja be, egyes európai országok különböző időpontban történt felmérései alapján.



2. Táblázat: A túlsúlyosság elterjedtsége a 10 év körüli gyermekek körében (%), Philip James és tsai, EU Conference on Obesity, 2002

A lakosság szabadidő felhasználása

A KSH felmérései szerint a nyolcvanas évek közepe óta (1986/87 vs. 1999/2000) a lakosság időfelhasználása átalakult. Az emberek makroszinten kevesebb időt töltenek fizetett munkával, az erre fordított idő közel háromnegyedére esett vissza. Ez magyarázható a munkanélküliség elterjedésével és a munkaidő hosszának csökkenésével. Mikroszinten a kép sokkal komplexebb. A foglalkoztatottak körében a munkával töltött idő 91% a korábbi időszakhoz képest. Amennyiben csak azt nézzük, hogy a főfoglalkozásra mennyi idő fordítódik, akkor kis mértékű emelkedést találunk. Ezzel párhuzamosan megnövekedett a rendelkezésre álló szabadidő, a foglalkoztatottak körében 14%-kal, a nyugdíjasok esetében pedig 22%-kal. Továbbra is érvényes azonban, hogy a férfiak több szabadidővel rendelkeznek, mint a nők, naponta átlagosan 50 perccel.

Megváltozott a szabadidő eltöltésének formája is. Kismértékben csökkent a társági életre fordított idő a nők körében. Ugyanitt az életkor emelkedésével megnőtt az elmagányosodás is. Ugyancsak csökkent a kulturális és szórakoztató intézmények látogatása, különösen a fiatalabb generációkban. Kevesebb idő jut olvasásra, a csökkenés elsősorban a fiatalok és az alacsonyabb iskolai végzettségűek körében jellemző. Legsúlyosabb mértékben a televíziózással töltött idő nőtt meg. A lakosság 1999/2000-ben 53%-kal töltött több időt a tévé előtt, ami szabadidejének közel 60%-át jelenti.

Pozitív változás ugyanakkor, hogy a fizikai rekreációra, azaz sétára, sportolásra, mozgásra fordított idő is növekedett közel egyharmadával. (KSH, Time use changes in Hungary, 2002)

A GfK 21 országra kiterjedő reprezentatív felméréséből kiderül, hogy hazánkban mind az aktív sportolásnak, mind a sportesemények nyomonkövetésének a kedveltsége igen alacsony. Az otthoni kikapcsolódási formák a legnépszerűbbek nálunk és az összes többi országban is.

%	Magyar ország	Cseh ország	Lengyel ország	Románia	Ny-EU átlag	USA	21 ország átlaga
Otthon: tévé, olvasás, zene	54	69	78	69	66	84	73
Sportolás	3	23	11	10	28	19	20
Sporteseményt nézni	2	21	12	10	13	16	13

3. Táblázat: Legkedveltebb szabadidő eltöltési módok, GfK Piackutató Intézet, www.gfk.hu

A sport jogi és intézményi keretei

Röviden a hazai sportjogról

A hazai sportjogról érdemes külön szólnunk, hiszen a sportra vonatkozó törvények, rendeletek alapvetően befolyásolják a sport környezetét. A sportjog úgynevezett vegyes szakjog, amely magánjogi és közjogi elemeket egyaránt magában foglal. Magyarországon először 1921-ben hagyott jóvá az Országgyűlés törvényt a testnevelésről. 1950-ben a sportigazgatást a tanácsrendszerbe illesztették, így az elvesztette függetlenségét. 1993-ban országgyűlési határozattal, majd 1996-ban a magyar Országgyűlés az Alkotmánnyal, az Európai Sport Chartával és a nemzetközi szerződésekkel összhangban fogadta el a sporttörvényt. Ezt követően 2000-ben, majd 2004-ben törvényi szinten tovább igyekezett a törvényhozás tisztázni a sport szerepét, struktúráját, érintettjeinek együttműködését.

A hazai sportirányítás

Az országos szervezetek, az önkormányzatok, a szövetségek és klubok együttesen jelentik a hazai sportélet keretét.

A Nemzeti Sporthivatalt a Kormány a Gyermek- Ifjúsági és Sportminisztérium jogutódjaként hozta létre. A sportpolitikáért az Önkormányzati és Területfejlesztési miniszter a felelős. A miniszter a sportpolitikáért való felelőssége körében négy fő területre vonatkozóan látja el feladatát. (1) Közreműködik az aktív, mozgásgazdag szabadidőtöltéssel, az egészségmegőrzéssel és -fejlesztéssel, valamint az egészségügy területén a megelőzéssel összefüggő állami feladatok végrehajtásában. (2) Segíti az önkormányzatok sporttal kapcsolatos, sportigazgatási és sportszervezési feladatainak megvalósulását, végrehajtását. (3) Állami, önkormányzati és vállalkozói források bevonásával gondoskodik a sportlétesítményekkel (sportingatlanokkal) kapcsolatos fejlesztési és rekonstrukciós programokról. (4) Végül a nevelési, oktatási intézményekben a közoktatási törvény által szabályozott fizikai állapotfelmérés kivételével összehangolja, illetőleg feladat- és hatáskörében működteti a lakosság - elsősorban a gyermekek és a fiatalok - fizikai állapotának sport célú felmérését és értékelését szolgáló mérő, értékelő, statisztikai és információs rendszert. A Sporthivatal önálló jogi személyiséggel rendelkező országos hatáskörű központi közigazgatási, önállóan gazdálkodó központi költségvetési szerv, amely az előirányzatai felett teljes jogkörrel rendelkezik.

A Kormány szakmapolitikai munkacsoportja 2007. február 16-án ismételten megtárgyalta és elfogadta a Sport XXI. Nemzeti Sportstratégia tervezetét. A Nemzeti Sportstratégia olyan rövid és hosszú távú célokat fogalmaz meg, amelyek a sport valamennyi területének feladatát rögzítik. A dokumentum alapvetően új szemléletet vezet be: a sportot elsősorban eszköznek tekinti a legfontosabb társadalmi célok - egészségmegőrzés, nevelés, személyiségfejlesztés, közösségépítés, társadalmi integráció - elérése érdekében. Pozitív vonása a stratégiai elképzelésnek, hogy a korábbi, versenysport-centrikus szemlélet helyett a mindenki által végezhető sportolást, az egészséges életmód megvalósítását szorgalmazza, amelyet elsősorban a gyermekek testi-lelki fejlődésében tart kulcsfontosságúnak.

Az állam a sport feltételrendszerének megteremtését és kialakítását tekinti legfőbb feladatának, elsősorban a sportlétesítmények fejlesztését, továbbá a jogi és intézményi háttér korszerűsítését, a képzés folyamatos fejlesztését, a civil szféra megerősítését.

A Nemzeti Sportstratégia célja és vezérelve, hogy a versenysportban elért eredményeink, kialakult hagyományaink megtartása mellett az emberek életének része legyen a rendszeres testmozgás ([www. nsh.hu](http://www.nsh.hu)).

4. 2. A magyar lakosság sportolási szokásai

A felnőtt lakosság viszonya a sportoláshoz

A sportra szánt idő mennyisége és minősége

A KSH időmérleg felmérés alapján a férfiak közel kétszer annyi időt szántak testedzésre 1999-ben (átlagosan 14 percet), mint a nők, akik átlagosan 8 percet fordítottak erre naponta. (Ugyanezek az adatok Norvégiában 34 illetve 24 perc.) Ugyanakkor pozitív a változás, ha az eredményeket a nyolcvanas évek közepéhez képest vizsgáljuk. A férfiak esetében 7,7%-kal növekedett a mozgásra szánt idő, a nőknél pedig ez az arány több mint 33%. A diplomások között a nők és a férfiak ugyanannyi időt töltenek sporttal (átlagosan 14 percet naponta), az összes többi foglalkozás kategóriában a férfiaké a vezető szerep.

A lakosság állapotát jól illusztrálja a Medián Közvélemény- és Piackutató Intézet 2000 novemberében készített felmérése. A kutatás arra kereste a választ, hogy mit jelent az embereknek a szórakozás, a kikapcsolódás. Megállapították, hogy a megkérdezettek 78%-a szabadidejéből semmit sem fordít sportolásra és 69%-nak a televíziózás jelenti az igazi szórakozást. Ami különösen elszomorító, hogy a megkérdezettek mintegy 9%-nak jelent a sportolás igazi kikapcsolódást, regenerálódást

A Szonda Ipsos (2003) 1500 fős reprezentatív felmérése hasonló eredményt hozott. A megkérdezettek mindössze 22%-a sportolt az elmúlt egy hónapban, további 49%-a soha nem sportol.

A legkedveltebb sportágak között első helyen szerepel a kerékpár, ezt követi a labdarúgás, az otthoni kondicionáló gépek, a tornázás, majd a kocogás, futás és az úszás, illetve a fitness. A sportolás fő okai az egészség és a jó kondíció megőrzése (82%), a kikapcsolódás és pihenés (73%), a testmozgás szeretete (72%), a fizikai teljesítőképesség javítása (69%) és a stressz levezetése (62%). A megkérdezettek azt állítják, többet sportolnának, ha több szabadidejük lenne, valamint ha fiatalabbak és egészségesebbek lennének.

Holisztikus sportmegközelítés – a sport a minőségi élet szolgáltatában

2004-es kutatásunkban (Hofmeister – Neulinger – Simányi) a wellness jelenség vizsgálata kapcsán az egyének sportoláshoz való viszonyát is feltérképeztük. A kutatás több területet is érintett, így az egészséges táplálkozást, a sporthoz való viszonyt/sportolási szokásokat, a természetgyógyászat megítélését, valamint az ápoló – kényeztető szolgáltatásokat.

A kutatás feltáró, kvalitatív jellegű volt, amely a megkérdezettek véleményének minőségi/mélyégi megértését szolgálta. A kutatás a magasabb társadalmi státuszú, budapesti fogyasztókra koncentrált. Ennek oka az volt, hogy egyrészt a wellness szolgáltatásokat – a magas ár miatt – elsősorban a magasabb jövedelemmel rendelkezők veszik igénybe, másrészt Budapest általában trendforrásnak tekinthető.¹⁷ A prémium termékek elterjedése itt jelenik meg először, majd ezt követően terjed el az ország többi részén is.¹⁸ Így a budapesti célcsoportba tartozók véleményének megismerése jól leírhatja a wellness szolgáltatásokkal kapcsolatos fogyasztói véleményt. A kutatás 15 mélyinterjúból és 6 fókuszcsoportos beszélgetésből állt, amelynek során 20 és 50 év közötti dolgozó és nem dolgozó, magas jövedelemmel rendelkező férfiakat és nőket kérdeztünk meg.

¹⁷ Maguk a wellness szolgáltatások prémium jellegük miatt egyelőre csak egy szűkebb csoport számára elérhetőek, ahogy Pikó (2002) szélesebb érvényűen megállapítja: „az egészséges életmód szubkulturális jelenség.”

¹⁸ Jó összehasonlító példa, hogy a havi kulturális kiadások tekintetében a főváros vezet a sorn 2440 Ft-tal, ezt követik a nagyvárosok (2020 Ft) és a kisvárosok (1670 Ft). (Tibori, 2001)

A wellness kapcsán az egészségtudatosság, az elérhető magasabb életminőség voltak az első asszociációk. A fogalom felöleli a lazítás, stressz-kezelés, a felelősségteljeség, a kiegyensúlyozottság, a környezetbarát viselkedés, az aktív élet, testmozgás, az egészséges táplálkozás, a káros szenvedélyek kerülése és az optimista életszemlélet, örömteliség területeit. Ebből a megközelítésből kell értelmezni a sport szerepét is. A wellness-el összhangban a gondolkodás holisztikus, átfogó, ahol nem a teljesítmény az elsődleges, a sporttevékenység az életminőség javításának eszköze, azaz ennek van alárendelve.¹⁹

A sportolás kapcsán arra voltunk kíváncsiak, hogy mi befolyásolja a részvételt, mi az, ami akadályozza, illetve ösztönzi a tevékenységet. Kiderült, kulcsfontosságú az, hogy a sportolási lehetőség minél könnyebben és egyszerűbben elérhető legyen. Ha már a tevékenység maga erőráfordítást igényel, akkor a hozzáférés legyen a lehető leggyorsabb. A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy a sportlétesítmény, sportolásra alkalmas terület/pálya esetében fontos az egyszerű elérés. A rendszeresség a helyhez való kötődést is kialakítja. A szabadidejében sportoló elkezd ragaszkodni a sportlétesítményben megismert emberekhez, eszközökhöz, szolgáltatásokhoz. A fogyasztó ezzel a szolgáltatás megvásárlásával járó kockázatot csökkenti, és így a ráfordításait minimalizálja.²⁰ Ezért vált a fogyasztó csak ritkán szolgáltatót. Ha megszokott, megszeretett egy helyet, akkor tipikusan egészen addig kitart, amíg körülményei, sportolási lehetőségei meg nem változnak, pl. elköltözik, munkahelyet vált. A sportolás motivációi megegyeznek a szakirodalomban is megtalálhatókkal. A nőknél elsősorban az alakmegőrzés, a férfiaknál főleg a kikapcsolódás, a társaság a fontos.²¹

A sportolás időpontját befolyásolja az egyén időbeosztása, hogy egyedülálló vagy családos, hogy dolgozik vagy sem. Ebben az idődimenzióban találtunk egyedül különbséget az aktívan dolgozók és az otthon lévők (inaktívak: háztartásbeli vagy kismama) között.

¹⁹ Hasonlóan a fizikai rekreáció megközelítéshez

²⁰ A ráfordítás a részvételi díjon túl magában foglal minden olyan erőfeszítést, amit az egyén a sportolás érdekében tesz. Így minden járulékos költséget (eszközök, utazás), továbbá időt, lelki rákészülést, adott esetben frusztrációt is.

²¹ Vö: Alderman (1978), Gould, Feltz & Weiss (1986); Gill&Overdorf (1994)

Előbbiek munka előtt és után vagy hétvégén, utóbbiak pedig napközben sportolnak. A választott sportágak között találunk hagyományosat (tenisz, futball) és újszerűt (aqua-fitness, jóga) egyaránt. A nők leginkább tornáznak (aerobik), a férfiak körében a legnépszerűbb a futball és a testépítés. Ez a népszerűségi sorrend megfelel az országos átlagnak.

A hazai ifjúság sportolási szokásai

Az Ifjúság 2000 kutatás eredményei alapján ma Magyarországon a 15-29 év közötti fiataloknak mindösszesen 33%-a végez valamilyen sporttevékenységet kisebb-nagyobb gyakorisággal. Ez az arány a férfiak körében magasabb (38,5%), a nők körében alacsonyabb (27,3%) sportrésztvételt jelent. Az iskolai végzettség és a sportolás közötti kapcsolatra jellemző, hogy általában minél magasabb iskolai végzettséggel rendelkezik a megkérdezett, annál valószínűbb, hogy sportol. A településtípus és sportolás között is tapasztalható összefüggés, azaz minél magasabb rangú településtípusban él a válaszadó, annál inkább várhatjuk, hogy szabadidejében sportolni is fog. Az életkorcsoportok közötti különbség esetében kiderült, hogy az életkorral a sportolási valószínűség is szignifikánsan csökken.

	Sportol
Férfi	38,5%
Nő	27,3%
Összesen	33,0%

4. Táblázat: Fiatalok sportolása, nemek szerint

	Sportol
15 – 19	42,2%
20 – 24	33,7%
25 – 29	25,0%
Összesen	33,0%

5. Táblázat: Fiatalok sportolása, korcsoportok szerint

A fiatalok által üzött sportágak köre széles palettán mozog. Ezek között találhatunk egyéni és csapatsportot, divatosat és hagyományosat, szabad téri és fedett pályást egyaránt. Legnagyobb népszerűségnek a labdarúgás örvend, a megkérdezett fiatalok 20,5%-a említette, hogy gyakorolja ezt a sportágat. Közülük a döntő többség a férfiak közül kerül ki. A második leginkább üzött sportág a manapság népszerű aerobik, fitness.

A sportág művelői elsősorban a nők, tehát a rangsor első két helyén a két nem által leginkább kedvelt sporttevékenység szerepel. A nagy múltú és szabadban űzhető kerékpározás népszerűsége közel megegyezik a testépítés kedveltségével. Az előbbi mindkét nem esetében dobogós, a nőknél a második legkedveltebb, míg a férfiaknál a testépítést követve a harmadik helyen találjuk.

A szabadtéri, vidéki helyszínen is művelhető sporttevékenységek már ritkábban jelennek meg a fiatalok választásában. Ezt befolyásolja azonban, hogy ezek a sportágak csak esetenként űzhetők, valamint a nagy részük a többség számára nem elérhető. Ide tartoznak a lovaglás, a kajak, kenu, evezés, a síelés, a turisztika és a vitorlázás. Mindkét nem választásában megjelennek és inkább másodsorban választott, azaz kiegészítő sportként szerepelnek.

Az életkorcsoportok szerinti összehasonlításból kiderül, hogy a labdarúgás töretlen népszerűsége mellett a kosárlabda is hódító útra indult. A legfiatalabbak körében (15-19 évesek) a harmadik leggyakrabban választott sportág, ezzel megelőzve a kerékpározást. Annyian választják ebben a korcsoportban a kosárlabdát, mint amennyien általában életkortól függetlenül a kerékpározást.

Sportág	<i>említések %-a</i>
1. labdarúgás	20,5
2. aerobics, fitness, tánc	16,9
3. kerékpározás	8,9
4. testépítés	8,0
5. kocogás, futás	6,6
6. úszás	4,8
7. kosárlabda	4,4
8. otthoni torna, gimnasztika	3,9
9. kézilabda	3,0
10. atlétika	2,9

6. Táblázat: A fiatalok által űzött sporttevékenységek

A fiatalok körében a sportot űzők aránya alacsony, a 15-19 évesek 67%-a egyáltalán semmilyen sporttevékenységet sem végez szabadidejében. A „nem sportolás” okai a következő csoportokba sorolhatók: időhiány, érdektelenség, lehetőségek hiánya, egészségi állapot, anyagi okok és a megfelelő társaság hiánya. Ez megfelel a nemzetközi kutatásokban is megjelenő okoknak.

Az időhiány mögött egyrészt az áll, hogy a fiatalok úgy érzik nem tudnak rendszeresen időt szánni a sportolásra. Ez azonban nem zárja ki azt, hogy valamilyen időszakos tevékenységre ne lennének megnyerhetők. Ilyen lehet a síelés, az evezés, kajak, kenu vagy a turisztikai jellegű tevékenységek, beleértve a kerékpározást is. Az időhiányra hivatkozók nagy része azonban feltehetőleg az érdektelenek kategóriáját növeli és ez sokkal súlyosabb probléma.

A fiatalok egyéb tevékenységeinek vizsgálatakor fény derült arra, hogy a fiatalok csoportján belül van egy aktívnak tekinthető mag, aki rendszeresen végez általában is kulturális aktivitást, míg a többiek szinte semmit sem tesznek. Ezek az aktív fiatalok azok, akik nagyobb valószínűséggel végeznek sporttevékenységet is.

Az érdektelenség, a rendszeres testmozgás szükségességének fel nem ismerése az egyik legkomolyabb probléma. Ennek a gyökerei a nevelésben, a szocializációs folyamatban rejlenek. Sajnos ma Magyarországon a sportnak nincsen kialakult kultúrája. A fiatalok életmódjába nem épült be a rendszeres testmozgás, nem természetes számukra az, hogy sportoljanak. A megoldás csak úgy képzelhető el, ha a fiatalok környezete, így elsősorban az iskola és a család együtt vállalnak szerepet ebben.

Az anyagi okokra való utalás csak kis mértékben jelenik meg, ami azt jelzi, hogy elsődlegesen nem pénzügyi okok állnak az alacsony részvétel mögött. A budapesti sportoló fiatalok 54%-a nem fizet a sportolási lehetőségért, az ország többi részén a nem fizetők aránya ennél magasabb.

Okok	<i>említés %-ban</i>
1. nincs ideje rá	57,5
2. nem szeret sportolni	13,9
3. nem tartja fontosnak, szükségesnek	9,7
4. nincs megfelelő lehetőség	7,5
5. egészségi állapota miatt	3,2
6. anyagi okok miatt	2,7
7. nincs megfelelő társaság	2,6

7. Táblázat: A „nem sportolás” okai

Laki – Nyerges (1997) a budapesti és a falusi korosztály, ezen belül a 1971 és 1980 között születettek sportolási szokásai közötti különbséget vizsgálta és a két csoport között jelentős különbséget talált. A falusi fiatalok elsősorban a focit és más labdajátékokat űznek, a budapestiek preferenciája azonban színesebb. Ebben a körben jellemzőbb az új és divatosná vált sportágak választása, úgy, mint az aerobics, a fitness, a testépítés, a kerékpár, a kocogás, az úszás. Ezek mind egyéni sportok és a nagyvárosokban nagyobb mértékű az individualizáció. Emellett a divatos sportokhoz való hozzáférés Budapesten jóval egyszerűbb, mint falusi környezetben, így a talált különbség nem is meglepő.

4. 3. A szülők és a kortársak befolyása a sportolásra

Korábbi kutatásainkból (magyar fogyasztók anyagiassága, illetve az egészség, mint érték) kiderül, hogy a magyar társadalom anyagiasság beállítottsága a vállalt értékek szintjén rejtve marad. Amíg a választott legfontosabb értékek között a gazdagnak lenni/pénzem van érték tipikusan a rangsor végére szorul, addig az egészség fontossága verbális szinten erős. Ha azonban a tényleges viselkedést, az objektív egészségmutatókat nézzük (pl. halálozási adatok) nem ez látható. A társadalmi elvárások meghatározzák a vállalt értékeket; az egészségtudatosságot erősen befolyásolja az egyén társas, szociális környezete, azaz a család, a barátok, az iskola (Hofmeister – Neulinger, 2003)²².

Egyetemisták körében végzett értékkutatásomban (Neulinger, 2000) az öt leginkább választott érték a belső harmónia, a jó egészség, a boldogság, a családi biztonság és az anyagi jólét volt. A belső harmónia lett a legfontosabb érték, mind a nők, mind a férfiak körében. Az értékhez kötődően előkerült a sport, illetve ehhez kapcsolódva az egészség, továbbá a kikapcsolódás, az önkifejezés és a nyugalom területe. A belső harmóniához kapcsolódóan a fiatalok a szabadidőről, a szórakozás szférájáról, ezen belül a sportról beszéltek, mint eszközökről, amelyek segítenek a harmónia megtalálásában.

²² Hofmeister– Kainzbauer– Brück – Neulinger (2005) budapesti és bécsi menedzserek körében végzett kutatása érdekes különbségeket talált a két csoport értékorientációja között. Például Budapesten az első 10 érték közül 5 konformitáshoz kötődik

Figyelemreméltó továbbá az egészség fontosságának a megjelenése, amely a minőségi élet jelentőségének a felismerését jelzi. A két nem között azonban itt már van különbség, a nők egészségtudatosabbnak bizonyultak a férfiaknál – legalábbis a választott értékek szintjén.²³

Egy másik egyetemisták körében végzett kutatásunkban (Hofmeister – Neulinger, 2002-2003) egyetemi hallgatók sporthoz való viszonyát vizsgáltuk kérdőíves megkérdezéssel és félig strukturált mélyinterjúkkal. Ebből kiderült, hogy a sportolási részvétel különösen azok körében volt magas, akiknek a társas környezetében is pozitív volt a sporthoz való viszony, illetve ahol a rendszeres aktív sportolás volt a jellemző. Azaz megszokott volt a közös sport a családdal, barátokkal, ismerősökkel.

Pluhár – Keresztes – Pikó (2003) 600 szegedi középiskolást kérdezett meg életmódjukról, ezen belül sportolási szokásaikról. A megkérdezettek 3,5%-a soha, 27,1%-a alkalmanként, 69,4%-uk pedig rendszeresen végez fizikai aktivitást. A sport gyakoriságának növekedésével szignifikánsan nő a barátokkal töltött idő. A testmozgást egyáltalán nem végzők jelentősen több időt töltenek szabadidejükben számítógépes játékokkal, mint sportoló társaik. Érdekes összefüggés, hogy itt – habár az eredmény nem szignifikáns – azok, akik az alsóbb társadalmi osztályba sorolták magukat, nagyobb arányban sportolnak szinte minden nap. A sport szoros pozitív kapcsolatban van a jó iskolai teljesítménnyel, az anya iskolai végzettségével, a jelen egészség megítélésével, a jövőorientáltsággal, az önbizalommal és a barátok sportolási szokásaival.

A rendszeresen sportolók inaktív társaiknál többre értékelik a belső értékeket, úgymint a lelki béke, az egészség, a becsületesség, a barátság és a család. Az is kimutatható, hogy az aktívabbak több alkoholt fogyasztanak. Valószínűleg ennek az alkoholfogyasztásnak azonban nem a lerészegedés, vagy az ismeretlen kipróbálása a célja, hanem a baráti beszélgetések, a társas kapcsolatok kialakítását folytatják alkoholfogyasztás mellett.

²³ Egyetemisták körében végzett másik kutatásunk (Hofmeister – Neulinger, 2002) nem erősítette meg azt, hogy az egészség fontosságának megítélésében különbség van a nők és a férfiak között.

4. 4. A média befolyása

A média a szocializációs folyamat egyik befolyásos eleme. Az általa közvetített üzenet hat ismereteinkre, véleményünkre, meghatározhatja cselekedeteinket. Ez a sportfogyasztás esetében is igaz.

Szabadidősport az írott médiában²⁴

A kutatás céljai és módszertana

A kutatás célja annak megismerése volt, hogy a média, szűkebben a nyomtatott média hogyan mutatja be a szabadidősportot. Ennek megismerésére tartalomelemzést végeztem. Országos és regionális lapok, napi-, heti- és havi sajtótermékek sporttémájú cikkeit vizsgáltam meg.

A kiválasztásra került cikkek a kutatási kérdések szempontjából kategorizálásra kerültek, úgymint az előfordulás gyakorisága, a cikkek terjedelme, az egy cikkben belül szereplő témák, a cikkben szereplő értékek. A cikkek leválogatása a hazai lapokat tartalmazó adatbázis segítségével történt, kulcsszavas kereséssel. A tartalomelemzéshez kiválasztott cikkekben szerepelnie kellett a szabadidősport, amatőr sport, sportolás, edzés, testedzés vagy a testmozgás kifejezéseknek.

Az elemzés a 2002. júliusában és decemberében megjelent cikkekre terjedt ki. Az ebből az időszakból származó, a leválogatási kritériumoknak megfelelő írásokat teljes körűen feldolgoztam. 2002. júliusból 113 darab, decemberből 117 darab cikk került elemzésre. A vizsgált elemszám nem nagy – alig haladja meg időszakonként a százat – de további elemek bevonására nem volt lehetőség, több, a kritériumoknak megfelelő publikáció nem jelent meg a vizsgált lapokban. Az elemzés megbízhatóságának érdekében kettős kódolás történt, a két besorolás 90%-os egyezőséget mutat. Ez az érték a módszertani követelményeknek megfelel, a kódolás megbízhatónak tekinthető.²⁵

²⁴ A kutatás eredménye elhangzott a IV. Országos Sporttudományi Kongresszuson (2003. október, Szombathely), illetve megjelent a kongresszusról kiadott kötetben

²⁵ Vö. Kolbe - Burnett (1991) és Kassarjian (1977) tartalomelemzésre vonatkozó módszertani javaslatai

Az elemzés eredményei

A kiválasztási elveknek köszönhetően a cikkek többsége kifejezetten szabadidősport központú volt, az eseteknek mindössze negyedében kapott a vizsgált kérdés másodlagos szerepet.

A vidéki napilapok jellemzően röviden foglalkoztak a témával, az országos politikai napilapokban a közepes és hosszabb írások voltak a leggyakoribbak. A műfaj jellemzően beszámoló, hír vagy közlemény volt, előfordult azonban interjú, kommentár és körképszerű bemutatás is.

A vizsgált cikkek közel kétharmadánál szerepelt már a címben a sport, jellemzően pozitív vagy semleges érzelmi töltéssel. A sport esetében általában igaz, hogy erős érzelmek kötődnek hozzá, ez a vizsgált írásokban is megjelent. Tapasztalható volt ez a cikkek több mint felénél, inkább a vidéki napilapok esetében, illetve az országos politikai napilapoknál. A címsor jellemzően a tartalommal egyező hangvételű volt, jól előrevetítette a főszöveg hangulatát, mondanivalóját.

Az írások több, mint a fele tényt közölt, egyötödük szólt eredményről, illetve megjelent a feladatkijelölés, az eredmények bemutatása és a problémafelvetés is. A szabadidősport bemutatása jellemzően a verseny, a rendezvény, az egészség, a politika és a nevelés témájához kapcsolódott. A sporthoz kötődő további értékek, mint öröm, kitartás, szórakozás, siker, izgalom csak elvétve fordultak elő.

A két vizsgált hónap között a „rendezvény” és a „politika” témák esetében volt különbség, a többi kérdés, mint a „verseny”, az „egészség”, a „nevelés” közel azonos mértékben szerepelt. Rendezvények gyakrabban kerültek szóba júliusban, amit magyaráz, hogy a nyári szezonban több esemény szervezésére van lehetőség és kereslet. A téli hónapban a politika került túlsúlyba. Erre az időszakra esik a következő évi költségvetés kialakítása vagy ígérete, amelyet élénk kommunikáció kísér.

A szabadidősport leggyakrabban a vidéki hírekhez, eseményekhez kötődően szerepelt. Ezt követték az országos írások, majd a Budapestre vonatkozóak. A községekről, falvakról szóló beszámolók voltak a legritkábbak. A fizikai környezetet gyakran érintették a cikkek, többnyire negatív töltéssel, utalva a hiányra és a rossz körülményekre. A téma pozitív értelemben a fejlesztések, beruházások kapcsán jelent meg.

Gazdasági szavak elenyésző arányban fordultak csak elő, kivételt jelent a „szervezés”, amely a különböző rendezvényekhez, eseményekhez kötődően viszonylag gyakran került elő. Jellemzőek voltak még a költségvetésre, a finanszírozásra vonatkozó szavak.

A cikkeknek csak elhanyagolható aránya (kevesebb, mint 10 százaléka) utalt a szabadidősportban való részvétel költségeire vagy éppen annak ingyenességére.

A nők és férfiak arányosan kaptak helyet a cikkekben, azonban a gyerekek és a fiatalok gyakrabban szerepeltek, mint az idősebbek. A fogyatékosok megjelenésének a súlya általánosságban nézve arányosnak tekinthető, ha azonban csak azokat a cikkeket nézzük, ahol a politika is megjelenik, akkor a gyakoriságuk nagyobb.

Amennyiben a téma valamilyen verseny vagy esemény, leggyakrabban a körülmények (részrtvevők, táv, nevezés, díjak) tűnnek fel, de rendszeresen szerepelnek a szervezők is. Ritkán kerülnek említésre azonban a szponzorok, mindössze az esetek 15%-ban vannak feltüntetve. Ez sajnos arra utalhat, hogy a legtöbb rendezvény nem tud szponzori segítséget igénybe venni, hiszen ellenkező esetben elvárható, hogy a szponzor neve megjelenjen névadó szponzorként vagy a cikkben említve.

Amennyiben téma a politika, akkor az esetek felében vidéki napilapról vagy kisebb valószínűséggel országos politikai napilapról volt szó. A cikkek ekkor hosszabbak, és jellemzőbbek voltak rájuk az érzelmek. A két hónap között az eltérés ebben az esetben nagy. Júliusban szinte mindegyik politikai elemet tartalmazó cikk érzelmi síkot is érint, jellemzően negatív irányban.

A témában a tényközlés itt ritkább, ellenben nagyobb arányban találtunk feladatkijelölést (pl. fejlesztési tervek), problémafelvetést és eredmény bemutatást (pl. a korábbinál nagyobb támogatások).

Minden hónapban a futball volt a legnépszerűbb. Ezt követte mindkét esetben az úszás, tenisz, kerékpár, futás, azaz a rangsor első öt tagja a két hónapban megegyezik. A sportágak említését befolyásolta, hogy rendeztek-e az adott sportterületen versenyt vagy más eseményt; ez gyakori a futás, a futball és az úszás esetében évszaktól függetlenül.

A sportágak szerepeltetése sokszor csak említés szintjén történt meg; ezek a cikkek nem konkrét tevékenységről szóltak, hanem csak érintették az adott sport fontosságát, támogatását. Egyes sportágak csak a decemberi cikkek között (pl. sí, korcsolya) találhatók meg, mások kizárólag a júliusi hónapra jellemzőek (pl. az összes strand sport) – évszakhoz kötöttségük miatt. Érdekes, hogy összességében a népszerű fitness, aerobik, testépítés ritkán szerepeltek, a csapatsportok ellenben viszonylag gyakran jelentek meg

Következtetések

A kutatás eredményei képet adnak arról, hogy a média miként ábrázolja a szabadidősportot. Megállapítható, hogy érdemben a témával foglalkozó cikkek száma alacsony, terjedelmük jellemzően rövid. A lakosságot megmozgató rendezvények a helyi sajtóban gyakran megjelennek, de az országos napilapokban ritkábban tűnnek fel. Csak abban az esetben kerülnek bele a hírekbe, ha nagyszabású rendezvényről van szó (pl. Balaton átúszás), akkor is fontosságukhoz képest kisebb terjedelemben.

A tájékoztatás, megismertetés tehát jelenleg csekély. A szabadidősport népszerűsítése, az események bemutatása pedig hozzájárulhatna ahhoz, hogy a sporttevékenység iránti érdeklődés, majd a tényleges cselekvés növekedjen. Ösztönözheti és megerősítheti az aktivitást.

A média tájékoztat, felhívja a figyelmet, bemutatja a lehetőségeket, és egyúttal pl. adott eseményen (családi futás, úszás stb.) részt vettek számára visszacsatolást nyújt, a bemutatással rámutat ennek jelentőségre, segíti az azonosulást és emlékeztet a következő alkalomra, a folyamatos részvételre.

A sport megjelenése egy fitness magazinban

A kutatás célja, módszertana

Szabó (2004) kutatásában a – világ piacvezető – Shape életmód (wellness, fitness, egészség és szépség) magazin tartalmát vizsgálta, 2000 márciusától (az újság Magyarországon való megjelenésétől) 2004 februárjáig. A magazin fő célcsoportja a 18-29 éves nők, az olvasók 58%-a ebből a csoportból kerül ki. A 18-29 év közötti és 30-39 éves korosztály együttesen olvasóinak 80%-át adja. A Shape olvasók 73%-a közép és felsőfokú végzettségű, foglalkozásuk szerint 21%-uk tanuló, 27%-uk szellemi foglalkozású. A lapból havonta átlagosan 45 ezer példányt adnak el, ami hozzávetőlegesen 70 ezer olvasót jelent.

Eredmények, következtetések

A lap mind a kezdők, mind a gyakorlott sportolók igényeit kielégíti, hiszen mind a két tapasztalati szint számára megfogalmaz tanácsot. A magazin a következő sportágakkal foglalkozott a legtöbbször a vizsgált négy év alatt:

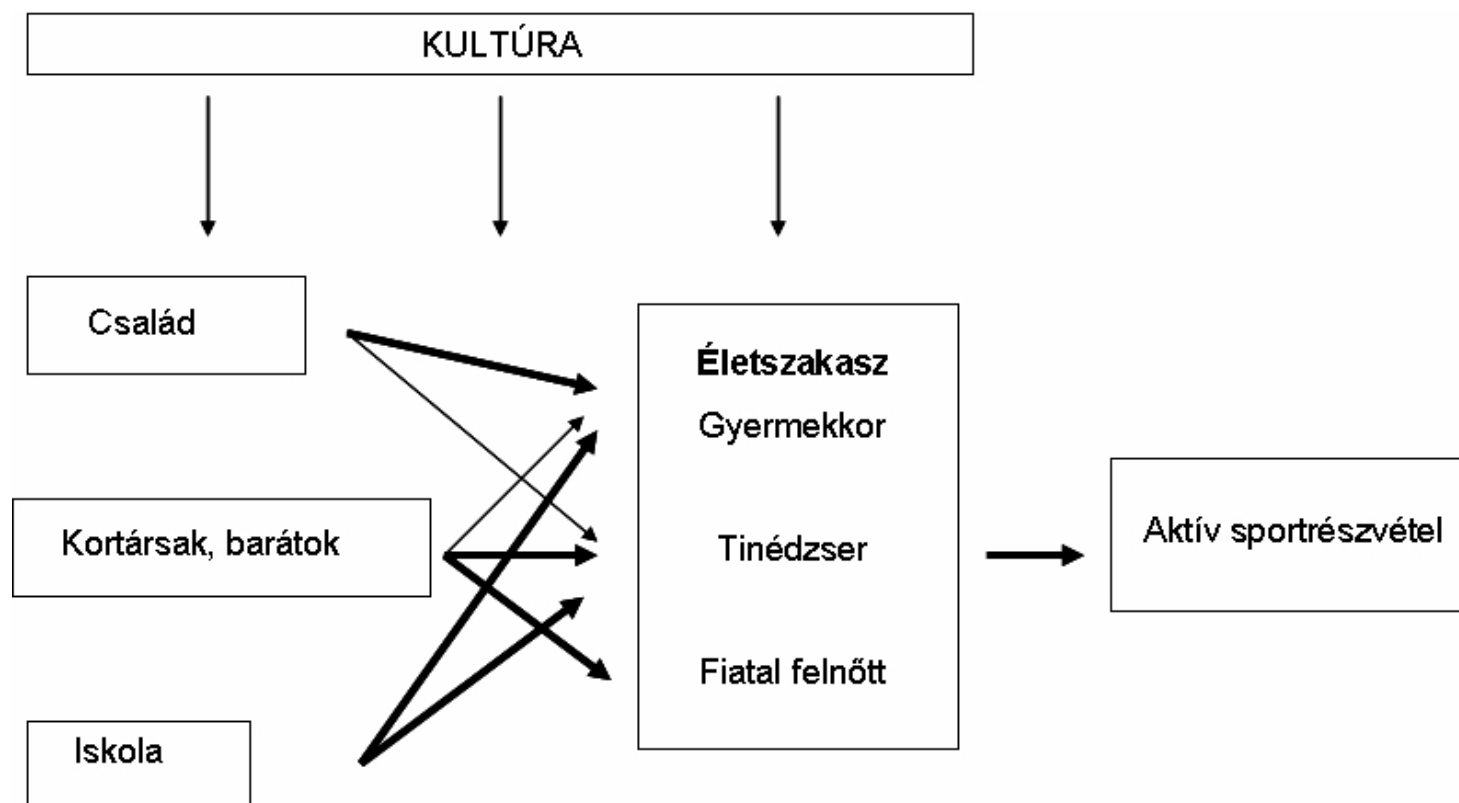
- Az első helyen az aerobik áll, a lap összesen 23-szor foglalkozott ezzel a témával, 10-szer átfogóan, 13-szor pedig valamilyen speciális formájával (spinning, slide, stretching, callanetics, box-aerobic, ramp). Magyarázható ez azzal, hogy az aerobik a nők körében a legnépszerűbb sport, illetve feltételezhető, hogy az aerobikozó "rétegnek" igénye van az újabb és újabb elemekre, lehetőségekre, ezért fejlődik tovább az aerobik, ezért jelennek meg alfajai a sportágnak. Az érdeklődés így tartható fenn.
- Második helyen áll a futás/kocogás, 12-szeres megjelenéssel, a harmadik pedig a jóga, 10 esettel.

- A további sorrend: kerékpározás (9), úszás (5), kick-bokszt (4), sélés (4). A lap 3-szor mutatta be a lovaglást, a sziklamászt, a falmászt és a görkorcsolyást. A magazin írt még a teniszről, a raftingról, a wakeboardról és a snowboardról, a bűvárkodásról, a golfról és a squashról. A cikkek hangvétele fiatalos és könnyed, de szakmailag hiteles információkkal, tanácsokkal, újdonságokkal szolgál.

Az említett sportágak a fiatalok divatsportjait jelentik. Ugyan női lapról van szó, mégsem csak a tipikus női sportok (aerobic, futás, úszás) szerepelnek benne. Bár egyértelműen megállapítható az aerobic fölénye, a legtöbbször emlegetett sportágak köréből a sélés, a lovaglás és a tenisz – az úgynevezett elit sportok – a 15-29 éves férfiak és nők körében ugyanolyan mértékben népszerű (Sebők, 2003), és ugyanez mondható el a tradicionális kerékpározásról is.

Ugyan szerepelnek a hagyományos sportágak is (futás, kocogás, kerékpározás), az újság mégis jobbra a modern sportokkal foglalkozik (jóga, aerobic, kick-box, extrém sportok, mint sziklamászás, falmászás, rafting, wakeboard stb.), amelyek közül teljesen hiányoznak a csapatsportok. Ezzel követi az individualizálódást a sportolási szokásokat illetően

ÖSSZEFOGLALÓ MODELL



7. ábra: Összefoglaló modell

5. AZ EMPIRIKUS KUTATÁS TERVEZÉSE

5. 1. Modell és hipotézisek

Az összefoglaló modell – 7. ábra – az elmúlt évek kutatómunkájának eredményein alapul. Az elméleti szakirodalom, a témában végzett nemzetközi és hazai kutatások, valamint a szabadidősport területén végzett saját vizsgálatok a társas környezet kiemelt jelentőségét mutatják az egyén sportolási szokásaira. Ezek, illetve a kulturális környezet nagymértékben befolyásolja az életmódot, az egyéni értékeket, így a fizikai aktivitáshoz való viszonyt.

A modell alapján a hipotézisek a következők

Sportolás egyik ösztönzője Moor (1987) szerint a társaság, azaz az együtt lenni motívum, amely arra készíti az egyént, hogy másokkal együtt időt szánjon a sportrésztételre. A saját korábbi kutatásaink eredményei szerint is a társaság élménnyé teszi a sportolást, csökkenti a sportoláshoz kötődő nehézségeket. Alderman (1974) szerint a sport megteremti az esélyét annak, hogy új barátokat szerezzünk, hogy fenntartsuk a kapcsolatot a hozzánk közelállókval, és helyet adjunk általános társadalmi interakcióknak. Ahogy a társadalmi osztály kapcsán már megállapításra került, az osztályba tartozás (azaz az egyén társas környezete) befolyásolja, hogy az egyén milyen sportágakban vesz részt. (Wilson, 2002).

H1: A sportrésztételre a társas környezet pozitívan hat

H1a: A társas környezet csökkenti a sportoláshoz kötődő észlelt nehézségeket

H1b: A társas környezet élvezetet hoz a sportolásba, élményszerűvé teszi a tevékenységet

H1c: A társas környezet hozzájárul a sportban való részvétel fenntartásához

H1d: A társas környezet befolyásolja a sportágválasztást

Greendorfer és Ewing (1981), Mulvihill et al. (2000) és Martin és Dodder (1991) eredményei is támogatják a következtetést, miszerint a gyermek életkorának növekedésével a szülők egyre csökkenő befolyással vannak a gyermek fizikai aktivitásának mértékére.

Ugyanakkor Bengoechea (2003) vitatja ezt a következtetést, azaz szerinte a szülői hatás nem feltétlenül csökken a gyermek életkorának előrehaladtával. Bachmann et al. (1993) a barátok szerepének a megnövekedését az általános iskolai évek időszakára teszi.

H2: A társas környezet befolyása a sportban való részvételre a gyermek életkorával átalakul

H2a: Gyermekkorban elsősorban a szülői hatás a fontos, amely az életkor növekedésével csökken

H2b: Fiatal felnőtt korban jelentősebb a kortársak, barátok szerepe, befolyása

Woolger és Power (1993) pozitív összefüggést találtak a gyermek sportban való részvételének mértéke és aközött, hogy a sportolók mennyire észlelték a szülői érdeklődést, bátorítást vagy részvételt. Greendorfer és Ewing (1981) arra a következtetésre jutott, hogy a szülői bátorítás vagy részvétel elsősorban az azonos nemű gyermek esetében fontos. Scitovsky is fontosnak tartja a szülőktől kapott ösztönzést, nógatást, segítséget és dicséretet. A Kanadai Fitness és Életstílus Kutatóintézet eredményei szerint a fizikailag aktív gyerekeknek a testvérei, szülei is rendszeresen sportolnak, illetve a szüleik bátorítják őket a sportolásra.

H3: A család pozitív viszonya a sporthoz az egyénben is pozitív viszonyt alakít ki a sport iránt.

H3a: A szülők rendszeres sportrészvétele pozitívan hat az egyén sportrészvételére

H3b: A szülői bátorítás pozitívan hat az egyén sportrészvételére

H3c: A szülői hatás erősebb az azonos nemű gyermek esetében

Pluhár – Keresztes – Pikó (2003) többek között szoros pozitív kapcsolatot talált az egyén sportolása és barátok sportolási szokásai között. Gill & Overdorf (1994) szerint a nők körében a társaság szerepe az életkor előrehaladtával egyre inkább felértékelődik. K. Alexandris et al. (2002) fitness klub látogatók körében végzett vizsgálata a sport iránti elkötelezettségről, a fő befolyásoló elemek között azonosította a társadalmi nyomást. Martin és Dodder (1991) szerint a számos sportolásra ható változó közül a szülők szerepe kisebb, mint egyéb más tényezőké. Többek között a másoktól kapott bátorítás – így a barátok bátorítása – nagyobb szerephez jut a sportban való részvétel magyarázatakor.

Bachmann et al. (1993) a barátok szerepének a megnövekedését az általános iskolai évek időszakára teszi, hozzátéve azt, hogy az élekor növekedésével a barátok befolyása csak bizonyos termékkategóriák esetében erősödik. A sportot ilyen termékkategóriának tekintem.

H4: A barátok sporthoz való viszonya befolyásolja az egyén sporthoz való viszonyát

H4a: A barátok sportolása ösztönzőleg hat az egyén sportolására

H4b: A barátok hatása a legfontosabb a sportolásban való részvételkor

Laios (1995) a görögországi gyakorlat alapján az iskola feladataként a sport megtanítását említi. Így a gyermek kipróbálhatja, megtapasztalhatja azt, hogy melyik sportág áll hozzá a legközelebb. Csepela (2000) megerősíti ezt, azaz minél több hatás éri a személyiséget, annál jobban kibontakozik, minél több mozgásfajtaival, sportággal, testnevelési játékkal ismerkedik meg a gyermek, annál inkább fejlődik a tanulási képessége.

H5: Az iskola hatása jelentős a gyermek sporthoz való viszonyának kialakulásában

H5a: Amennyiben a gyermek az iskolában sokféle sportággal találkozik, valószínűbb, hogy megtalálja a számára legmegfelelőbb sportot, azaz végül pozitívabb lesz a sporthoz való viszonya

H5b: A testnevelő tanár befolyásolja a sportoláshoz való viszonyt az iskolán túl is

5. 2. A kutatás módszertana, felépítése

A kutatás szakaszai: feltárás – megerősítés – megértés

A 8. táblázat a kutatás során használt módszereket foglalja össze. Ezekből az információforrásokból nyertem az adatokat, amelyeknek a segítségével megválaszoltam a korábban megfogalmazott hipotéziseket.

8. Táblázat: A kutatási módszerek

Kutatási módszer	A kutatási módszer rövid ismertetése	Válaszadók	Minta nagyság (fő)	Adat-felvétel időpontja	Elemzés, feldolgozás módja	Kapcsolódás a hipotézisekhez
Tartalom-elemzés	A sporthoz fűződő egyéni viszonyról, emlékekről írt esszék elemzése	Negyedéves egyetemi hallgatók	N=80	2005. október	A tartalomelemzés követelményei szerinti kategorizálás, besorolás, számszerűsítő elemzés SPSS segítségével	H1, H2, H3, H4, H5
Kvantitatív elemzés 1.	Országos, reprezentatív omnibusz kutatás, GfK	A magyar lakosság	N=1000	2006. december	SPSS programcsomag segítségével	H1, H2, H4, H5
Kvantitatív elemzés 2.	Online adatfelvétel	A Nemzeti Sport és a Képes Sport regisztrált felhasználói	N=360	2006. december	SPSS programcsomag segítségével	H1, H2, H4, H5
Mélyinterjú	A sporthoz fűződő egyéni viszonyról, emlékekről szóló páros interjúk	1. Negyed és ötödéves közgázos hallgatók 2. Korábban végzett, már dolgozó közgázos hallgatók	1. N=4 1. N=8	2006. december – 2007. január	Kvalitatív elemzés, erősen kötődve a tartalomelemzésben és a kvantitatív kutatásban kapott eredményekhez	H1, H2, H3, H4, H5

Esszék elemzése tartalomelemzés módszerével

A kutatásnak az első fázisában egyetemi hallgatók által írt esszéket dolgoztam fel tartalomelemzés módszerével. Az esszékben a hallgatók a sporthoz, sportoláshoz fűződő viszonyukat mutatták be röviden. Céлом az volt, hogy az egyéni élmények, esetek megismerésével feltárjam a vizsgált terület jellemzőit, hogy mély, minőségi ismeretekre tegyek szert. Abban is segítségemre voltak az esszék, hogy a korábbi kutatások és a szakirodalom alapján megfogalmazott hipotézisek között a hangsúlyokat láthassam, kutatási kérdésem szempontjából a fontosságukat felmérhessem.

Az esszék feldolgozásakor az esettanulmányok elemzésének megközelítését használtam. Az esetek elemzése alkalmas kutatási módszer abban az esetben, ha a téma vizsgálatához pusztán a kvantitatív megközelítés túl statikus és elvont, nem életszerű. Ha a jelenség erősen kötődik a valós élethez, ha a határok a jelenség és az érintett elemek között, úgymint emberek, folyamatok, időszakok, helyek nem különíthetők el, valamint amennyiben több forrásból gyűjtünk információkat. (Carson et. al 2001) Az első két feltétel egyértelműen teljesül, hiszen a sportolás, a sporthoz való viszony nem steril, számos tényező alakítja, amelyek időben, hatásukban nehezen elkülöníthetők, így érdemes az eseti történetek alapján vizsgálni ezeket. A több forrás elemzése azzal teljesül majd, hogy mélyinterjúk egészítik ki az írásokat, illetve a környezetre érvényes adatok, statisztikák sem hiányoznak majd. Így a valóság megértése több eset, történet megismerésén és megértésén keresztül jön majd létre.²⁶

Az esetek elemzése tartalomelemzéssel történt. A tartalomelemzés követelményei az (1) objektivitás, azaz a kategóriák pontos meghatározása, egyértelműsége, (2) a szisztematikusság, a kategorizálás konzisztens végrehajtása, (3) számszerűsítés. (Kassarjian, 1977). A feldolgozás során az esszékben megjelenő gondolatok a kutatási kérdések szempontjából kategorizálásra kerültek. A kategóriák lefedik az összes olyan választ, amely a kutatási kérdések szempontjából releváns. A besorolás azonos elvek alapján, következetesen történt.

²⁶ A jelenségek vizsgálatának új megközelítéseiről lásd bővebben Ellis, Caroline - Bochner, Arthur P. editors (1996): *Composing Ethnography - Alternative Forms of Qualitative Writing*

Az eredmények összesítése az SPSS programcsomag segítségével történt, a számszerűsítés az elemzésben megjelenik.

Az esszék kódolásakor használt kategóriák – összesítve – a következők voltak

- sport asszociációk (pozitív és negatív említések, érzések)
- első emlékek
- sportolás jellemzői a különböző életszakaszokban, mint kisgyermekkor, iskoláskor, napjaink (gyakoriság, sportágak, kivel, miért)
- társas környezet (szülő, testvérek, barátok) sporthoz való viszonya
- iskolai testnevelése (minősítések, sportágak, tanárok)
- versenyeken való részvétel
- a nem sportolás okai
- sport nélkül a világ
- érvek a sport ellen és mellett

A módszer jellemzője, hogy a válaszadói szelekció, az önkényes arányok, az egyéni szempontok, a használt stílus lehetőséget ad a vizsgálat tárgyának, jelen esetben a sporthoz fűződő viszonnak a mélyebb megértésére. Az egyéni különbségekből persze nehézségek is fakadtak, hiszen a feldolgozás és a kódolás az esszék sokszínűsége miatt nehézségekkel járt. Ugyanakkor többféle változó beállításával, többemű kód alkalmazásával, értelmező, technikai változók segítségével – például az esszé összbemelésének szöveges rögzítése – továbbá jellemző idézetek felhasználásával sikerült a sokszínűséget előnnyé változtatni. További hiányossága ennek a megközelítésnek, hogy az esszében megjelentek olyan kérdések is, amelyek épp az esszét írók szubjektivitása miatt nem mindig a szükséges mélységben kerültek kifejtésre. Ezek a jelenségek később a mélyinterjúk során kaptak jelentést, értelmezést (Így az életmódváltozás a középiskola után, a sport nehézségeihez való viszony, az iskola és a szülők szerepének egyes kérdései.)

Az esszét írt hallgatók a Budapesti Corvinus Egyetem negyedéves, marketing szakirányos hallgatói és a Selye János Egyetem (Révkomárom) harmadéves hallgatói közül kerültek ki. A férfiak és nők aránya közel azonos (44% vs. 56%), a résztvevők 21 és 26 év közöttiek voltak. Összesen 80 esszé feldolgozására került sor.

A kvantitatív kutatás háttere

A kvantitatív kutatás célja az adatok számszerűsítése és az általánosítások megfogalmazása a minta alapján vizsgált populációra. A strukturált adatgyűjtés nagyszámú esetet kezel, az adatelemzés statisztikai. (Malhotra, 2002) Jelen kutatás²⁷ két populációt vizsgál, és erre a két csoportra fogalmaz meg megállapításokat.

Az országos, reprezentatív felmérésből kiderül a teljes lakosság sporthoz való viszonya, a sportnak, mint témának, és mint tevékenységnek a vonzereje, relevanciája.²⁸ A GfK omnibusz kutatásának keretében lezajlott kérdőíves adatfelvétel a 15-69 éves magyar lakosságra nézve reprezentatív. Kétlépcsős, rétegzett, véletlen mintavételű, személyes, otthoni, CAPI (számítógéppel támogatott) megkérdezés történt. A minta elemszáma 1000 fő, a minta súlyozása többdimenziós. A kérdőív kérdései a sporthoz való viszonyt, illetve a sportolás jellemzőit mérték, a válaszadóra, de részben a válaszadó környezetére vonatkozóan is. A kérdések között szerepelt, hogy mennyire érdeklik a lakosságot a sporthírek, járnak-e sporteseményekre/mérkőzésekre, sportolnak-e, és ha igen, akkor mit, mióta és milyen gyakran. Továbbá megkérdeztük, hogy sportol-e a környezetük (partner/házastárs, szülők, testvérek, barátok), illetve milyen élményeik vannak az iskolai testnevelésről. (A kérdőívet lásd a Mellékletben).

A másik vizsgálat a sporthoz erősebben kötődő csoportból gyűjtött válaszokat. A Nemzeti Sport napilap és a Képes Sport hetilap online regisztrált felhasználói körének válaszai jól mutatják a sport iránt elkötelezett csoport véleményét. Az online adatgyűjtés révén a sportérdeklődőkön belül is egy bizonyos csoport megkérdezése történt, hiszen általában az internetezők és ezzel együtt a sportszerető internetezők is általában magasabb végzettségűek és státuszúak a teljes lakossághoz, illetve a rendszeres online használattal nem rendelkező sportszeretőkhez képest. Azonban kedvező, hogy az internet világában megfigyelhető a tendencia, miszerint a rendszeres használók jellemzői egyre inkább közelednek az átlagemberéhez.

²⁷ A kutatások a Ringier Kiadó megrendelésére készültek, de az adatok feldolgozását, elemzését saját magam végeztem.

²⁸ Más országos kutatás is készült ebben az időszakban (MASMI, 2006. december). Ennek az eredményeit is használtam majd a későbbiekben összehasonlítási, kiegészítési céllal.

A 10 évvel korábbi viszonyokhoz képest az átlagos internetező és az átlagos nem internetező közötti különbség csökkent.²⁹ Mindezek ismeretében ez a csoport, mint intenzív sportfogyasztó kontroll csoport szerepel az elemzésben a lakossági megkérdezéshez képest.

A mélyinterjú megkérdezés háttere

A mélyinterjú célja volt, hogy a korábban elvégzett kutatások után még nyitva maradt kérdésekre is választ kapjak. A beszélgetések középpontjában az egyének sporthoz fűződő viszonya állt, kiemelve a felsőfokú képzésbe való belépés, valamint a munkába állás, mint új korszak hatását a sportolásban való részvételre. Ezért két csoporttal készült interjú (1) a Budapesti Corvinus Egyetem jelenlegi negyed- és ötödéves hallgatóival, valamint (2) korábban az Egyetemen végzett, jelenleg az üzleti életben dolgozók körében. Összesen 12 mélyinterjú készült; az első csoportból 4 fővel, a másodikból 8 fővel, férfiakkal és nőkkel egyaránt.³⁰

Egy időben két válaszadóval beszélgettem, azaz az interjúk páros interjúk voltak. Abban az esetben, ha a megkérdezés egyszerre 2, esetleg 3 fő részvételével zajlik, akkor megtartjuk a kutatási módszer előnyeit, és egyúttal dinamizáljuk azt. A mélyinterjú előnye, hogy elmélyedhetünk alanyunk egyéni gondolkodásában, és alaposan feltárhatjuk élményeit, gondolatait, érzéseit. Ugyanakkor a legideálisabb interjút is megnehezíti a megkérdező és a megkérdezett között kialakuló szükségszerű feszültség, hiszen egy idegen az, aki a másik személyes dolgaiban kutakodik. Ennek feloldását segíti egy másik interjúalany jelenléte, amely megerősítést, segítséget ad a megkérdezettnek. (Hoffmann – Kozák – Veres, 2001).

Ebben az esetben a feszültség nem hatott akadályozóan, hamar feloldódtak a résztvevők. Mégis a páros interjú megközelítéshez fordultam, mert azt tapasztaltam, hogy így könnyebben, gördülékenyebben idéződnek fel a sporthoz kötődő múltbeli és jelenbeli élmények, tapasztalatok. Egyúttal a két válaszadó között kialakuló párbeszéd, az egymásra reagálás dinamizálta a szituációt, informatívabbá tette a beszélgetést, miközben a megértés mélysége nem veszett el. (A mélyinterjú vázlatát lásd a mellékletben).

²⁹ Látható ez a MédiaAnalízis eredményeiből a 1996 - 2006 közötti változásokat nézve

³⁰ Sokkal könnyebb volt férfi válaszadókat találni a mélyinterjúkra. A nők körében a sport, mint téma, kevésbé jelentős összevetve a férfiakkal. Utóbbiak sokkal könnyebben kaphatók egy „sportos” beszélgetésre.

6. AZ EMPIRIKUS KUTATÁS EREDMÉNYEI

Elöljáróban

Az eredmények feldolgozásakor 'sportol' és 'nem sportol' kategóriákba soroltam a válaszadókat. A sporttevékenységben résztvevőknek tekintetem mindazokat, akik a legkisebb mértékben is megjelölték, hogy szoktak sportolni. Ennek megfelelően nem sportoló az, aki a 'soha' kategóriát jelölte meg. Így a lakosság nem sportoló többsége áll a kisebbséggel szemben. Emellett, ahol eltérőek voltak az eredmények, ott bemutatom a legalább heti rendszerességgel mozgók arányát, jellemzőit is. Ez a csoport tekinthető a rendszeres fizikai aktivitást végzőknek.

6. 1. Sportolási szokások, a sporthoz való viszony

A sportrésztvétel mértéke

A sportolás gyakorisága a korábban mértékhez képest³¹ sajnos nem változott, a lakosság 69%-a úgy nyilatkozik, hogy sohasem sportol/végez testmozgást. Az országos reprezentatív kutatásból kiderül, hogy a fennmaradó 31%-ból 14%-uk az, aki legalább hetente sportol.³² Ez a részvételi arány az elmúlt 10 év alatt gyakorlatilag nem változott, hiszen 1998-ban, szintén a GfK által végzett országos reprezentatív kutatás hasonló eredményt mutatott. Akkor a lakosság 16%-a jelezte azt, hogy legalább hetente sportol.

A sportban való részvétel részben érzelmi viszonyulás kérdése is.³³ A teljes lakosság 24% mondta azt, hogy szeret sportolni, 41%-uk pedig kifejezetten nem szereti a fizikai aktivitást. Statisztikailag szignifikáns és erős összefüggés van a sportolás szeretete és a sportban való részvétel között. ($\phi=0,77$)³⁴ A sportolni nem szeretőknek mindössze 5%-a vesz részt a tevékenységben, jellemzően ritkán, évente néhányszor.

31 Lásd többek között a korábban említett Szonda Ipsos, vagy GfK kutatási eredmények

32 MASMI Hungary Piackutató Intézet 2006 évvégén készült felmérése szerint a lakosság 56%-a egyáltalán nem sportol, viszonylag ritkán 24%, viszonylag gyakran 11%, rendszeresen 9% sportol. (A kutatás más kategóriákkal és kérdésfeltevéssel dolgozott.)

33 A sportolás szeretetének mérése 5 pontú Likert skálán történt. Szereti a sportot=top2 boxes, 4 és 5 értékek, nem szereti=1 és 2 értékek

34 2x2 -es keresztábra: szereti a sportolást/ nem szereti és szokott sportolni/ nem szokott sportolni kategóriákkal. 99%-os szignifikancia szint mellett

Azonban a sportoláshoz való pozitív viszony még nem elegendő ahhoz, hogy a tényleges aktivitás létrejöjjön. Azok közül, akik úgy nyilatkoztak, hogy szeretnek sportolni, mindössze 48%-uk sportol heti rendszerességgel, 20%-uk pedig soha.

A sport megítélése pozitívabb a fiatalok körében. A 15-17 éveseknek az 52%-a, a 18-29 évesek 34%-a szereti a testmozgást. A lakosság férfi tagjai nagyobb arányban szeretik a sportolást (30%), mint a nők (20%).

Az esszéek eredménye ugyanezt mutatja. A fiatalok nagyobb része (60%) nyilatkozott pozitívan a sportról, valamint látható az érzelmi szempontú különbség a két nem között. A férfiak körében erősebb a sport iránt érzett rajongás, lelkesedés, mint a nők körében (szereti 67% vs. 56%).

A fizikai aktivitás mellett a sporthírek iránti érdeklődés is jól jelzi a sport elismertségét a lakosság számára. A nézői sportfogyasztás, a sporthírek iránti érdeklődés elemzése nem tárgya a dolgozatnak, mégis érdemes röviden, összehasonlítási céllal rátekinteni ezekre az adatokra is. Sporthíreket leggyakrabban a televízió, rádió segítségével fogyaszt a magyar lakosság (gyakran teszi: 24%). Emellett magasabb említést kapott még a sportközvetítések nyomon követése; a lakosság 27%-a néz/hallgat mérkőzősközvetítést gyakran. A mérkőzések látogatása ennél jóval alacsonyabb, mindössze 18% jelezte azt, hogy legalább évente ellátogat sportmérkőzésre; a legalább havi rendszerességgel járók aránya 8%, 69% pedig soha nem teszi ezt. A korábbiaknak megfelelően erős különbség van nők és férfiak között. A nők 82%-a soha nem jár mérkőzésekre, ez az arány a férfiak körében 54%. Ugyanez a különbség jelenik meg a sporthírek fogyasztásában is.

Ezek az adatok arra utalnak, hogy a lakosság alacsony fizikai aktivitása, a sportesemények, sportközvetítések iránti gyenge érdeklődéssel jár együtt.

Demográfiai különbségek a sporthoz való viszonyban

A jelen kutatás eredményei megerősítik, hogy a sportban való részvétel szorosan összefügg az életkorral, az iskolai végzettséggel, valamint az iskolarendszerű képzésben való részvétellel.

Az országos átlaghoz képest kiugró eredmény, hogy a 15-17 éves korosztályban 63%, a diákok, tanulók körében 48% a legalább heti gyakorisággal sportolók aránya. A 18-29 évesek között a hetente sportolók 22%-ot tesznek ki, a 30-39 éves korosztály az országos átlagot képviseli (14%).

Az ennél idősebbeknél az arány az életkor növekedésével folyamatosan csökken, 60 év felett már csak 7% számol be heti sportolásról. Az 1998-ban mért eredményekhez képest két korcsoportban tapasztalható változás.

A 18-29 éves csoport esetében negatív irányba látható elmozdulás, 32%-ról csökkent le a legalább hetente sportolók aránya 22%-ra. A 60 év felettiek esetében növekedés tapasztalható a részvételben. 8 évvel ezelőtt a korcsoportnak mindössze 2%-a jelezte, hogy legalább hetente sportol, ez most 2006-ban 7%. Az Ifjúság 2000 kutatás eredményei szerint a 15-29 éves korosztály 67%-a egyáltalán nem végez sporttevékenységet a szabadidejében. A mostani kutatás alapján ebben a korosztályban a hetente sportolók aránya 30%, azok, akik egyáltalán nem sportolnak 47%-ot tesznek ki.

A legalább hetente sportoló csoporton belül a férfiak és nők között nincs szignifikáns különbség, a nők 13%-a, a férfiak 15%-a sportol hetente. Ugyanakkor összességében a férfiak aktívabbak, közöttük az egyáltalán nem sportolók aránya kisebb, 64%, ezzel szemben a nőknél ez az arány 73%.

Ez az előny minden korcsoportban fennáll a férfiak javára, kivéve a 60 év felettieket. Itt már nagyon magas az inaktivitás, összességében a korcsoport 91%-a sosem sportol. Ezen belül kedvezőbb a nők részvétele, 87%-uk nem sportol soha, míg ez a 60 év feletti férfiak körében 97%.

Iskolai végzettség szerint a felsőfokú végzettséggel rendelkezők a legaktívabbak, ebben a körben a 'legalacsonyabb' a sohasem sportolók aránya (46%), illetve legmagasabb a heti rendszerességgel sportolók hányada (23%). A 8 általánost végzettek jellemzően nem sportolnak (79%), de ebben a csoportban a második legmagasabb a legalább hetente sportolók aránya (17%) is.

Utóbbit magyarázza a középfokú képzésben tanulók jelenléte a csoporton belül. 1998 óta változás csak egy korcsoporton belül tapasztalható, ők az érettségivel rendelkezők. Az akkori 27% heti sportolóval szemben 2006-ra az arányuk 15%-ra csökkent.

Akik legalább havonta sportolnak, jellemzően hetente legfeljebb 1,5 órát szánnak a tevékenységre (50%). Mindössze 22%-uk sportol hetente többet, mint 3 óra. Ebben a körben a teljes foglalkoztatásúak (26%) és a nyugdíjasok (32%) körében az átlagosnál (teljes lakosság – továbbiakban TL: 19%) jellemzőbb a legfeljebb heti 60 perc sportolásra fordított idő, míg a diákok között magasabb a heti legalább 2 órát sportolók aránya (66% vs. 42% TL).

A gyermekkor sportolás szempontjából igen jelentős. Ezt jelzi, hogy a rendszeresen sportolók 53%-a gyermekkorában (15 éves kora előtt) kezdett el rendszeresen sportolni, 25 éves kora után mindössze 12% kezdett bele a testedzésbe. Szignifikáns különbség van³⁵ e tekintetben a két nem képviselői között. A nők esetében jellemzőbb a rendszeres sportolás idősebb korban való elkezdése. A rendszeres sportolást a férfiak 55%-a kezdte 14 éves kora alatt, míg a nők esetében ez az arány 48%. Még szembetűnőbb a különbség, ha a 25 év felett sportolni kezdők arányát nézzük. A férfiak között 3%-al, a nők körében 14%-al van jelen ez a csoport.

Ugyanezt a különbséget erősítik meg az egyetemisták esszéi alapján készült tartalomelemzés eredményei is. Amíg a nők egynegyede számolt be arról, hogy már felnőtt fejjel, a középiskolás évek után kezdett el rendszeresen sportolni, addig a férfiak körében ez az arány nem éri el a 10%-ot. A számszerű különbséget a módszertani eltérés okozza, a lényeg azonban jól jelzi a két csoport közötti eltérés mértéke.

A sporttal való első találkozás többnyire emlékezetes - jelzik ezt az esszék és a mélyinterjúk. Az esszét írók nagy része (85%) tudott erre az első találkozásra visszaemlékezni.

35 99%-os szignifikancia szint mellett, $\Phi=0,26$

A felidézett első emlék az esetek döntő többségében pozitív volt; a válaszadóknak az egyötöde számolt be valamilyen kellemetlen esetről, úgymint erőltetés, kudarc. Az első élmény jellemzően társas közegben történik, ahol ott vannak a barátok, az iskolatársak vagy a szülők, testvérek.

Sportágválasztás, a sportágak népszerűsége

A legalább havonta sportolók sportágválasztásában³⁶ a legelső helyen áll a kerékpározás 36%-al, ezt követi a labdarúgás 32%-al, majd az úszás 27%-al, a futás, kocogás 26%-al. 12% említette a kondizást, 18% az otthoni tornát, további 12% pedig az aerobikot.³⁷

A labdarúgás kivételével a csapatsportok, úgymint kézilabda, röplabda, kosárlabda elsősorban a még tanuló, 15-17 éves korosztályra jellemzőek. A labdarúgás hagyományosan erős a férfiak körében. Azok, akik legalább havonta sportolnak 60%-ban említették a labdarúgást a választott sportágak között. A községekben a kerékpározás (48%) és a kocogás, futás (46%) választása magas, a fővárosban és a megyeszékhelyeken pedig jellemzőbb az úszás (43%; 34%), ami érthető a hozzáférési lehetőségei miatt. A kosárlabdázás gyakoribb a megyeszékhelyeken (12% vs. 6% a TL körében).

A legalább havonta sportoló nyugdíjasok (42%) és egyúttal az 50 év felettiek (36%) körében jellemzőbb az otthoni torna választása, mint a teljes lakosság körében (18%), valamint 60 év felett erősebb a gyógytorna (29% vs. 3% TL).

A sportágválasztásra hatással van az egyén társadalmi státusza, anyagi helyzete. Vannak elitsportok és tömegsportok. A heti rendszerességű sportolás – együtt járva a mögötte álló végzettséggel – az alkalmazásban lévő diplomások (25%) és a vezető beosztásúak (18%) körében a leggyakoribb. A sportágak közül a tenisz átlag felett jellemző a vezető beosztásúakra és a vállalkozókra. A teljes lakossághoz képest 6%-al nagyobb arányban, ezekben a csoportokban 13%-an választják ezt a sportágat.

³⁶ A sportágak, azaz a 'mit sportol', 'mennyit egy héten' és 'mióta' kérdések a legalább havonta sportolók körében lettek megkérdezve

³⁷ Azoktól, akik szoktak sportolni a 3 általuk leggyakrabban üzött sportág megjelölését kértük

Ugyanez igaz a síelésre, amelyet gyakorlatilag csak a szellemi foglalkozásúak (21%) és a vezető beosztásban dolgozók (12%) választottak be a három leggyakrabban űzött sportág közé. A labdarúgás igazi csoportok feletti sportág. Két csoport kivételével – alkalmazásban lévő diplomások és vezető beosztásúak – a többi foglalkozási csoportban minden esetben átlag felett választott.

Érdekes külön ránézni a kontrollcsoportra, azaz az erős sportfogyasztók körében kapott eredményekre.³⁸ A csoport a korábbi terveknek, szándékoknak megfelelően valóban a sport iránt erősen elkötelezetteket mutatja be, írja le.

A csoportban a sport iránti érdeklődés kimagaslóan erős; a válaszadók 88% gyakran hallgat televízióban vagy rádióban sporthíreket, 91% gyakran néz sporteseményt, sportközvetítést. Emellett a csoport 54%-a legalább havonta látogat el sportmérkőzésre és 81%-uk legalább hetente sportol. Ennek megfelelően szeretnek is sportolni – 88% nyilatkozott így – mindössze 10% az, aki szereti is, meg nem is, olyan pedig, aki nem szeretné, szinte nincs is (1%). Az űzött sportágak között vezet a labdarúgás (64,2%), ezt követi a futás/kocogás (40,3%), majd a kerékpározás (28,3%). Ebben a csoportban sokkal erősebbek a csapatsportok. Amíg a teljes lakosságban a labdarúgáson kívül alig jelenik meg csapatsport, addig ebben a csoportban kézilabdázik 22%, kosárlabdázik 19%, röplabdázik 7%. A sporthírek iránti nyitottság, az események gyakori látogatása és a rendszeres sportolás a sporthoz való erős kötődést jelzi, a sportágválasztás mögött pedig demográfiai jellemzők állnak. A választott sportágak esetében az eredmények ugyanis megfelelnek az országos kutatás eredményeinek; általában a fiatalabbakra jellemzőbbek a csapatjátékok.

Az intenzív sportfogyasztó kontroll csoportban több a férfi (67,5%), valamint jelentősen nagyobb a fiatalabbak aránya (42%-uk 17 év alatti, 32% 18-29 év közötti és csak a fennmaradó 26% idősebb 30 évesnél). Ugyanakkor lakóhely szempontjából az országos reprezentatív mintához képest nem nagyok a hangsúlyeltolódások; 10%-al kevesebb a községekben lakók jelenléte, ami Budapest és a megyeszékhelyek arányához adódik hozzá.

³⁸ Kontrollcsoport: online megkérdezés regisztrált Nemzeti Sport és Képes Sport olvasók körében, N=360. A csoport a sport iránt erősen elkötelezetteket hivatott reprezentálni

6. 2. Motivációk, a sportolást támogató és a sportolás ellen ható tényezők

A sportolás ösztönzői

Az országos kutatás eredményei alapján a sportolás legfontosabb okai közé tartozik³⁹ a (1) jó erőnlét elérése, megtartása (81%), (2) kikapcsolódás, szórakozás (81%) és a (3) sportolás szeretete (78%).

A sportolás okai (%)	Teljes lakosság	Férfiak	Nők	Intenzív sportfogyasztó
jó erőnlét elérése, megtartása	83	86	80	80
kikapcsolódás, szórakozás	81	83	78	91
szeretek sportolni	78	83	74	92
testsúlykontroll, jó alak elérése, megtartása	74	64	86	61
jó a társaság	66	82	49	79
stressz levezetés	63	60	66	65
a barátaim is sportolnak	56	65	46	58
verseny, versengés, győzelem	30	40	20	63
a szüleim biztatnak	19	20	17	23
a munkahelyemen elvárják	11	13	9	10

9. Táblázat: A sportolás okai

Az egyes demográfiai csoportokban eltérő hangsúllyal jelennek meg a sportolás okai. A motivációk alapján elmondható, hogy a nők számára, szemben a férfiakkal, a sport inkább eszköz, valamely cél elérésére. Számukra a legfontosabb ösztönző a testsúlykontroll (86%), ezt követi a jó erőnlét megszerzése, megtartása (80%) és a kikapcsolódás, szórakozás (78%). Emellett magasabb értéket kapott a stressz levezetése (66%) ebben a csoportban.

A férfiak számára leglényegesebb a jó erőnlét megszerzése, megtartása (86%), majd ezt egyforma súllyal követi a sportolás szeretete (83%), a kikapcsolódás, szórakozás (83%) és a társaság (82%). Emellett náluk átlag felett jellemző a barátok sportolása (65%). A stressz levezetést 60% jelölte meg.

³⁹ A válasszal egyetértők %-a. Igen/ nem típusú kérdésfeltevéssel

Az esszék, illetve a mélyinterjúk eredményei alapján az látszik, hogy a nők gyakrabban sportolnak egyedül, a férfiaknál pedig jellemzőbb a barátok társaságába végzett testmozgás. Ugyancsak inkább a férfiak sajátja, hogy a versengés, a győzelem hajtja őket (40% vs. 30% TL).

„Szerintem a férfiaknál a sport a harc szinonimája, nagyon beleéli magát az ember és nagyon frusztráló, ha nem úgy sikerül az ütés, ha veszítek, ha rosszabbul megy a játék, mint máskor...” (férfi, 30 éves, dolgozó)

„A sport számomra a versenyről szól” (férfi, 29 éves, dolgozó)

„A csapatverseny számomra rémálom. Nem vagyok ügyes, nem szeretem, ha más munkája az enyémhez van kötve.” (nő, 22 éves, tanuló)

A 15-17 évesek körében erős a szülői biztatás jelenléte (51%), illetve átlag felett fontos, hogy a barátok is sportolnak (72%). A jó társaság ösztönző ereje az életkor növekedésével egyre kevésbé lesz fontos. A 15-17 éveseknek még 82%-a említette; a 18-29 évesek 73%-nak, a 30-39 évesek 72%-nak fontos, majd ezt követően az értéke tovább csökken. A 60 év felettieknek már csak 13%-a jelölte meg a sportolása indokaként. A stressz levezetést leggyakrabban a 18-29 évesek és a felsőfokú végzettségűek (70%) említették.

Az intenzív sportfogyasztók (kontrollcsoport) motivációi a fentiekől részben eltérőek. Hangsúlyosabb szerepet kap a sportolás szeretete, a szórakozás/kikapcsolódás, a jó társaság és a versengés/győzelem. Ugyanakkor kevésbé fontos a testsúlykontroll. A csoport demográfiai összetétele ebben az esetben csak részben állhat az eltérés hátterében. A testsúly kisebb fontossága magyarázható a nők alacsony jelenlétével a csoporton belül, de itt a társaság és a győzelem sokkal erősebben motivál, azaz az intenzív sportfogyasztó csoport e tekintetben magasabb eredményt produkált, mint ami általában a fiatalabbak és a férfiak körében jellemző.

A részvétel ellen ható tényezők

A lakosság véleménye szerint a sportolás ellen szól, hogy időigényes (26%) és fárasztó (26%). A hátrányai közé tartozik továbbá, hogy unalmas (9%) és drága (6%), illetve, hogy ügyetlennek érezheti magát benne az ember (16%).

A lakosság 18% nyilatkozott úgy, hogy semmit sem szeret a sportolásban, közel ugyanennyien (16%) jelezték azt, hogy mindent szeretnek benne.

A nemek között ebben a tekintetben nincsen különbség, az összes konkrét indokot hasonló mértékben említették a férfiak és a nők. Mégis a sporthoz való hozzáállás jellemző különbsége mutatkozik meg abban, hogy a nők nagyobb arányban éltek a 'semmit nem szeretek benne' (22%) válasszal, míg a férfiak nagyobb arányban jelölték meg, hogy 'mindent szeretnek benne' (19%).

Jellemző, hogy a 18 év alattiak szeretik leginkább fenntartások nélkül a sportolást, hiszen 40%-uk nem tudott ellenérvet felhozni ellene. Az időigényességet leggyakrabban a 30-39 év közöttiek (41%) és az érettségivel (32%), valamint diplomával rendelkezők említették (31%). A sportolás fárasztó megítélése kor szerint nem differenciál, ugyanakkor a szakmunkás végzettséggel rendelkezők gyakrabban jelezték ezt az okot.

Az intenzív sportfogyasztók (kontrollcsoport) esetében nem meglepő, hogy magas a negatív jellemzőt mondani nem tudók aránya, közel a felük (49%) mindent szeret benne. A teljes lakossághoz képest nagyobb arányban jelenik meg azonban az, hogy drága (18%). Ezt magyarázhatja a csoportra jellemző intenzívebb sportfogyasztás; többet fogyasztva a költségek, így az árra való érzékenység is megnőhet. Ma egyre inkább jellemző az, hogy a sportfogyasztás anyagi ráfordításokat követel, szemben a rendszerváltozás előtti ingyenes hozzáféréssel. A teljes lakosság esetében nem az ár az elsődleges visszatartó tényező. Ennek oka véleményem szerint az alacsony részvételben keresendő. A fizikai aktivitás olyan kis mértékű, hogy az aktív sporttal, így annak költségével való ritka találkozás nem az árproblémát hozza be elsődleges visszatartó erőként.

Az esszéek eredményei alapján a sporthoz kapcsolódó, leggyakrabban említett pozitív asszociációk a következők:

- (1) a sportolás felfrissítő, feltöltő ereje
- (2) a sport szerepe az egészséges életben, illetve
- (3) a társaság fontossága

Negatív érzés kötődik azonban a testedzéshez, ha kötelező vagy ha megjelenik benne a kényszerítés. Kedvezőtlen megítélést kapott az, hogy sportolni fárasztó, illetve nehéz a kudarcok, az ügyetlenség megélése, elfogadása.

A sportolás mellett szól, a már említett pozitív jelzők mellett, hogy jó hatással van az alakmegőrzésére/javítására, hogy fejleszt, azaz megtanít küzdeni, összepontosítani, megismertet a korlátainkkal, és nem utolsósorban szórakoztat, kikapcsol.

Ellene szól ugyanakkor, hogy gyakori a sérülés és balesetveszély, hogy jellemzőek – elsősorban a professzionális sportban – a túlzások, túlterhelések, csalások, valamint a doppingügyek. Emellett időigényes és költséges.

Egy sport nélküli világot kövérnek, egészségtelennek, unalmasnak és frusztráltnak képzelnek az esszé írt egyetemisták, bár közel ötödük nem tudná sport nélkül elképzelni a világot. Utóbbi csoportba inkább a férfiak tartoznak. A fenti jelzők közül a nőknél a 'kövér világ', a férfiaknál pedig a 'beteg és kövér világ' jelent meg markánsabban. A sportolók és a nem sportolók között e tekintetben nem volt különbség.

A mélyinterjúk során a válaszadók a sport negatívumaként bemutatott jellemzőket tovább részletezték.

Időigényesség alatt a sporttevékenységre és a hozzá szükséges feltételekre fordított időt említették, úgymint szervezés, közlekedés, öltözködés, személyi higiénias tevékenységek.

A sportolásnak az a macerásabb része, hogy el kell menni, át kell öltözni, amikor ott vagy akkor már jó” (nő, 22 éves, tanuló)

„Rá kell szánni az időt és energiát. Szervezni kell a sportot. Én olyan sportot szeretek, amit mással csinál az ember. Azt össze kell szervezni” (férfi, 29 éves, dolgozó)

A sportolás drágasága sok esetben a korábbi évek (a válaszadók gyerekkorának) ingyenességével szemben merült fel. Elfogadják, hogy fizetni kell érte és ezzel a sport bekerül azon tevékenységek közé, amelyeknek az igénybevétele az egyén aktuális anyagi helyzetétől is függ. Többen említették, hogy gyakrabban sportolnának, ha több pénzük, idejük lenne.

„Nem megyek, ha elkap a lustaság, meg a munka, ha túl sok. Illetve pénzkérdés is manapság. Mindenért fizetni kell. Az ember próbál spórolni. Előre fizetjük ki a termet fél évre. De emellé még egy nem fér bele. Ha járnák még squash-ra, kondizni az még pénz lenne.” (férfi, 28 éves, dolgozó)

„Rá kell szánni pénzt, időt, fegyvert, paripát, energiát” (férfi, 28 éves, dolgozó)

A sport nem mindig élvezetes. Sportolni néha fárasztó és unalmas, ami részben a részvétel ellen hat, különösen akkor, ha nincs más, ami kiegyensúlyozhatná ezt. Amennyiben elmarad a siker, ha nincs társas támogatás, akkor a sport negatív vonásai még erősebben megjelennek.

„Ha sokáig dolgoztam előző este, fáradt vagyok, nem bírok felkelni, akkor kihagyom” (nő, 28 éves, dolgozó)

„Van, hogy jobb esténként a tévé előtt tespedni” (férfi, 28 éves dolgozó)

„Az edzésen belül vannak olyan részek, amelyeket nem szeretek. Nem szeretem magamat megerőltetni annyira” (nő, 23 éves, tanuló)

„Két évig jártam mindennap aerobikra, de nem történt semmi. Vártam volna, hogy izmosabb legyek, kockás legyen a hasam. De nem. Olyan alkatom van, hogy nem látszik rajtam. Aztán meguntam, sok változás nincs rajtam.... Nem nagyon hiányzott, én jól el tudok ülni a tévé előtt is”. (nő, 22 éves, tanuló)

A kényszerítés, a túl magas követelmények elrettentenek. A részvételt ösztönzi, ha az elvárások és a képességek összhangban vannak egymással.

„Én azt szeretem, ha hagynak a saját tempómban haladni. Ne sietessenek, a többiek, ha már végeznek, akkor egyszerűen csak várják meg, hogy én is befejezzem, várjanak meg utána.” (nő 23 éves tanuló)

„Most küzdősporttal foglalkozom. Itt sem vagyok ügyes, de nem bántanak érte. Hagyják, hogy próbálkozzam. Az edző már annak is örül, ha egy kicsi fejlődést lát. Az elvárt eredményeket, teljesítményt nem szeretem. Fontosabb a kikapcsolódás.” (nő, 22 éves, tanuló)

10. Táblázat: A sportolás mellett és ellen szóló érvek

		Férfiak	Nők	Sportol (legalább hetente)	Nem sportol (ritkán vagy soha)
Pozitívumok	Energiát ad, felfrissít	++	++	+	+
	Egészség(megőrzés)	++	++	++	++
	Társaság, csapat	++	++	+	++
	Kikapcsol, szórakozás	+	-	++	+
	Alakmegőrzés, javítás	-	+	+	+
	Fejleszt, nevel	+	+	+	+
	Feszültségek levezetése	-	+	+	+
Negatívumok	Kényszerítés	-	+	-	+
	Fárasztó	-	+	+	+
	Sérülések	++	++	++	++
	Túlzások, túlterhelés	++	++	++	+
	Időigényesség	+	+	+	+
	Profi sport negatívumai	++	++	++	++
	Költséges	-	+	+	+

+ kisebb mértékben jellemző

++ határozottan jellemző

- nem jellemző

Forrás: Egyetemisták esszéinek tartalomelemzése

Az értelem és az érzelem szerepe

A mélyinterjúk segítségével megérthető a sportolás kapcsán megjelenő emocionális és racionális tényezők dinamikája. Aki szokott sportolni, annak ez érzelmi és értelmi döntés egyaránt. A sportolás fáradtsággal, nehézségekkel is jár, szemben más, könnyebb élvezetet ígő szabadidős tevékenységekkel. A sport melletti döntéshez szükségesek az észérvek, erről minden válaszadó egyöntetűen beszámolt. Az átgondoltság kiemelt szerephez jut a sport tervezése során. A fizikai aktivitás jótékony hatásainak a belátása és állandó tudatosítása támogat, segíti a részvételt. Emellett az érzelmi oldal is fontos, ezt maga a tevékenység adja meg - a sportolás és a környezet, ahol ez történik. Két érdekes jellemzője is van ennek az értelmi/érzelmi dimenziónak. Máshogy működik a két nem esetében és van időbelisége.

Az erős értelmi megerősítés gyakrabban jelenik meg a nőknél. A férfiak szintén ismerik a sportolás előnyeit, de a motivációik között kisebb hangsúlyt kap, mint a nőknél. A nők gyakrabban említik, és élesebben fogalmazznak e tekintetben.

„Tudom, hogy mennyire jó dolog. Kell az nekem, jó az nekem...” (nő, 26 éves, dolgozó)

„Nehéz az életem részévé tenni a sportot. Tudatosan el kell döntenem, hogy sportolnom kell. Különben elhízom, nem tudok futni a busz után, nem leszek egészséges.” (nő, 27 éves, dolgozó)

Az értelmi tényező szerepe emellett időben is változik. Nagyobb a jelentősége addig, amíg a sportolás nem válik szokássá, amíg nem épül be teljesen a mindennapokba, nem válik rutincselekvéssé. A kezdeti nehézség időszakában a mérlegelés nagyobb szerephez jut. A szabadidősport esetében és még inkább hazánkban ennek különös jelentősége van.

A válaszadók több esetben számoltak be olyan helyzetről, amikor részvételük valamilyen sporttevékenységben megszakadt és kiesett néhány hét – hónap – év, ami alatt egyáltalán nem vettek részt benne. Ezt követően, az újra-kezdésnél ismét ki kellett építeniük a rendszerességet, meg kellett teremteni a szokást. Ebben a helyzetben a racionalitás felértékelődik. Az észérvek jellemzően a folyamat elején kapnak nagyobb szerepet. Kezdetben gyakoribbak a kudarcok, a fizikai erőnlét gyengébb.

Az interjúk tanulsága alapján, ha valaki mindig csak alkalmyszerűen sportolgat, akkor ezen a 'felépítési' fázison sohasem jut tovább. Mindig erős akaratra van szüksége ahhoz, hogy ne maradjon ki végleg, ne hagyja abba, hanem kezdje újra és vegyen benne részt rendszeresen. Ezt könnyítheti meg az ösztönző társas, illetve társadalmi környezet. Ez utóbbi kevésbé jellemző hazánkra.

„Ha az ember megszokja, akkor könnyű. Néhány hétig nehéz. Be kell építeni az életembe. Eleinte jobban elfárad az ember. De aztán jó lesz. A lelkesedés átvisz az elején.” (férfi, 29 éves, dolgozó)

A rendszeres részvétellel az egyén egyre több élményt szerez, erősebben kezd kötődni a tevékenységhez és annak minden eleméhez, beleértve a helyszínt, a társakat vagy az edzés hangulatát. A kitartó részvétel hozzájárul ahhoz is, hogy a sportoló eljuthasson a korábban már említett flow állapotba. A flow-t átélő ember spontán, erőfeszítések nélküli mozgásként emlékszik vissza az élményre. A cselekvő és a cselekvés eggyé válik, a gondolatok és érzelmek nem jutnak szerephez, teljes összhang alakul ki a sportoló és mozgása között. Ekkor válik a sportolás igazán örömtelivé. Ha valaki ezt az érzést átélte, megismerte, akkor ez önmagában elég ahhoz, hogy sportolásra ösztönözze. Az emlék segít abban, hogy az ember újra és újra vissza akarjon és tudjon térni ebbe az állapotba. Az élmény, élvezet, öröm a lényeg, ez vonzza a sportolót, hogy ismét átélhesse azt.

A mélyinterjúk egyik alanya így emlékezett vissza arra, hogy milyen érzés, amikor teljesen át tudja adni magát a futballnak: *„Sokszor gond van a kondimmal, nehezemre esik, hogy bírjam az iramot. Nem kapok levegőt, nem érem el a labdákat, arra kell koncentrálnom, hogy bírjam és nem a játékra. Aztán eltelik egy kis idő, és egyre jobban belefeledkezem a játékba. Csak a labdát látom és elfelejtem a nehézséget, a fáradtságot.” (férfi, 28 éves, dolgozó)*

6. 3. A társas környezet szerepe

Elöljáróban

Az egyén társas környezetének (partner/házastárs, szülők, testvérek, barátok) sportolási szokásaira vonatkozó kérdéseket is a válaszadók válaszolták meg. A mások szokásairól szóló beszámolóknál nagyobb a bizonytalanság abban, hogy az adatok mennyire pontosak, megbízhatóak, ugyanakkor a kutatás során csak arra volt mód, hogy a megkérdezettektől kérjünk információt környezetük viselkedésére is. Tekinthetjük azonban a válaszokat úgy, hogy amennyiben az egyén nem tud arról, hogy a szülei, testvérei, barátai vagy házastársa, partnere sportol-e, akkor számára az illető sportolása nem létezik, akkor sem, ha valójában ez nem így van. Az itt kapott eredményeket az egyén sportolására való hatás szempontjából vizsgáljuk. Feltételezhetjük, hogyha a válaszadó számára rejtett környezetének a sportolása, akkor nem is hathat rá.

Nem meglepő, hogy a kérdőívnek ebben a részében megnőtt a kérdésekre nem válaszolók vagy 'nem tudom' választ adók aránya, illetve sokakra nem vonatkozott a kérdések egy része. Legkisebb válaszkiesés a partner/házastárs esetében volt (23%), míg a legnagyobb a harmadik testvér esetében (44%).

A sportolásban való részvételre adott válaszok kategorikus változók formájában álltak rendelkezésre, így az egyes társas tényezők (partner/házastárs, szülők, testvérek, barátok) sportolása és a válaszadó sportolása közötti összefüggést keresztábrával vizsgáltam. A keresztábra statisztikáiból χ^2 próba segítségével értékeltem a változók közötti szisztematikus kapcsolat meglétét, végeztem el a táblázatban megfigyelt összefüggés statisztikai szignifikanciájának mérését. A változókat sportol/nem sportol bontásba összesítettem, annak érdekében, hogy a cellánként szükséges elemszám mindenhol biztosítva legyen. Mivel így az elemzés során 2x2-es táblákkal dolgoztam, a kapcsolat erősségének értékeléséhez a ϕ mutatót használtam. (Malhotra, 2002)

Az életkor változásának tükrében is elemeztem az egyes tényezők a hatását. A kapcsolatok meglétét, erősségét 4 korcsoportban értékeltem: a 15-20 évesek, 21-30 évesek, 31-40 évesek és 40 év felettiiek körében. Tekintettel arra, hogy a sportolás egyes csoportokban (különösen a szülők esetében) igen alacsony, több esetben is előfordult az, hogy egyes kapcsolatok vizsgálata nem volt lehetséges, mert a kismértékű sportrésztvétel ebben a bontásban már néhány cellában kevés esetet eredményezett. Ez a χ^2 próba elvégzését megakadályozta, így ezekben az esetekben ettől a vizsgálattól el kellett tekintenem.

A szülők hatása: a biztatás inkább szavakban, mint tettekben jelenik meg

A szülők sportolása egyáltalán nem jellemző, derül ki egyértelműen a válaszokból. Az édesanya esetében a válaszadók 3,5%-a, az édesapa kapcsán 3,2%-a jelezte, hogy szoktak sportolni (25%-28%-os nem válaszolási arány mellett). Amennyiben a szülők sportolása és a válaszadó sportolása közötti összefüggést vizsgáljuk, akkor kiderül, hogy a két változó közötti kapcsolat statisztikailag szignifikáns, ugyanakkor ez a kapcsolat gyenge ($\phi = 0,2$ az anya és szintén $\phi = 0,2$ az apa esetében).

A szülők körében az életkor és nemek szerinti elemzés nem lehetséges. Ebben a csoportban a legalacsonyabb az aktív sportolás, így az alacsony esetszámok miatt nem alkalmazható az összefüggés vizsgálat.

A tartalomelemzés és mélyinterjúk eredményei további részleteket árulnak el a szülők befolyásáról. Az esszéikben jellemzően támogatónak írják le a szülőket a hallgatók, ugyanakkor csak néhány esetben fordult elő a mai napig aktívan sportoló szülő. Gyakrabban volt jellemző a régebbi, fiatalkori sportolás. A szülők sportoláshoz való viszonya jellemzően pozitív; erős kisebbségben vannak azok, akiknek a szülei negatívan vagy közömbösen állnak hozzá ehhez a kérdéshez.

„Húsos gyerek voltam, a szüleim próbálkoztak, beírtak ide-oda, de nem jött be. Aztán felső tagozatban megnyúltam, elkezdtem kosarazni, az iskolai csapatban benne voltam, ez motivált. Édesapám szokott sportolni, ő vitt el először kosarazni. Anyu szerintem sohasem sportolt” (férfi, 28 éves dolgozó)

Nagyon fontos az is, hogy az esszékben felidézett első emlékek közel fele a szülőkhöz vagy a családhoz kötődött, illetve, hogy ezek egy-egy kivételtől eltekintve pozitív emlékek. Ugyanezt erősítik meg a mélyinterjúk is. Többen beszámoltak arról, hogy a szüleik bíztatták, illetve beírátták őket sportolni. Ez a biztatás az esetek többségében úgy történt, hogy közben a szülők maguk nem sportoltak. Ahogy az egyik – egyébként rendszeresen sportoló – válaszadó megjegyezte: „amióta a szüleim, azóta nem láttam őket sportolni.”

A korai megismerkedés az aktív élettel azt is jelentheti, hogy az egyén már korán elkezdheti megtapasztalni a sportnak, mint tevékenységnek a sajátosságait – örömeit és nehézségeit.

Az iskola az első sportélmények helyszíne

A magyar lakosság az iskolai testnevelés órákra általában pozitív érzésekkel emlékezik vissza. Az általános iskolában a lakosság 60%-a szerette a testnevelés órákat és mindössze 22% értékelte ezeket negatívan. Ugyanilyen eredményt hozott a testnevelő tanár megítélése; 66%-uk szerette általános iskolai testnevelő tanárát, 13% jelezte azt, hogy nem. A középiskolás időkre a pozitív vélemények aránya épp csak egy kicsit gyengébb. Amíg a középiskolai testnevelés órákat 55% szerette, addig 24% negatívan nyilatkozott; a tanárt 60%-uk értékelte pozitívan és 13%-uk negatívan. Ezek az eredmények nemzetközi összehasonlításban közepesek.

Huszár – Bognár (2006) finn-magyar kutatása a hazai fiatalok esetében rosszabb eredményre jutott.⁴⁰ Kutatásuk ugyanakkor kismintás volt, valamint nem volt a teljes lakosságra nézve reprezentatív. A magyar diákok 46% szerette és 25% nem szerette az iskolai testnevelést, a testnevelő tanár kapcsán 64% nyilatkozott kedvezően és 20% kedvezőtlenül.⁴¹ A finn fiatalok 70% szerette az iskolai testnevelést, miközben olyan, aki ne szerette volna nem volt. Hasonló a helyzet a tanárral; 89% szerette iskolai testnevelő tanárát, 3% pedig nem.

⁴⁰ Kutatás finn (N=63) és magyar (N=57) fiatalok körében, a kutatás nem bontja szét az iskolai testnevelés megítélését általános és középiskolára.

⁴¹ Összevonva a Huszár-Bognár kutatás során használt kategóriák elemeit tartalmilag pozitív és negatív szempontból

A tartalomelemzésből és a mélyinterjúkból kiderül, hogy milyen tényezők állhatnak a pozitív, illetve negatív élmények hátterében. A kvalitatív kutatás eredményei szerint egyértelműen kedvező hatással van a sportoláshoz való viszonyra, illetve magának a testnevelés óráknak a megítélésére, ha a tanár az elvárásainak a megfogalmazásakor figyelembe veszi a diákok képességeit, azaz elfogadja a képességekből adódó korlátokat, és nem követel lehetetlent. Ezzel az esszéírók, illetve a mélyinterjú alanyai egyöntetűen egyetértettek.

„Van egy fejjel lefele főbiám, semmit nem szeretek, ahol a fejem lefele van. Bukfencezni sem szeretek. A tanárnő próbálkozott, próbálkozott, és imádott 2-est adni. A középiskolában a tanár felrakott a felemás korlátra, hiába tiltakoztam. Lógtam fejjel lefele, végül leestem. Nagyon rossz élmény volt. Magamtól biztos nem mentem volna fel.” (nő, 22 éves, tanuló)

Ez nem jelenti ugyanakkor azt, hogy a kihívás-mentesség lenne az elvárás, sokkal inkább utal arra, hogy a diákok megfelelő ösztönzése és az egyéni képességek szerinti értékelés mennyire fontos. A megkérdezettek válaszai alapján nem egyértelműen eldönthető, hogy mi a kedvezőbb hatású: ha az órán fegyelmezetten a tanmenet követése történik, sok sportág megismerésével, és a teljesítmény mérésével, vagy ha az órák inkább játékosak, azaz valamilyen közös játékot, pl. focizást vagy kosarazást jelentenek. Azok, akik inkább csak játszottak a testnevelés órákon, általában szerették azt, kivéve, ha épp abban a sportágban nem voltak ügyesek, illetve ha az egy általuk nem kedvelt sportágot jelentett. Azok, akik a 'szigorú, tanmenet követő órákon' vettek részt jellemzően arról számoltak be, hogy eleinte nem szerették/nem értették miért van erre szükség, csak később értékelték azt. Egy részük már akkor iskolásként, egy részük pedig ma, visszaemlékezve az akkori időkre.

„A gimnáziumi testnevelő tanárom meghatározó volt az életemben. Nagyon komolyan vette, megadta a módját. Dogát írtunk tesiből! Eleinte nem szerettük, mert mások egész órán fociztak. De foglalkozott velünk, meghajtott minket és igaza volt. Nagy szerepe volt abban, hogy megszerettette a sportot velem” (férfi, 30 éves, dolgozó)

Azok, akik nem kedvelték a testnevelés órákat, három tényezőt említettek a leggyakrabban: az erőltetést, az ügyetlenséget és az osztályzást. A férfiak esetében többször is előfordult az, hogy az általános iskolához képest a középiskolai testnevelésórákat pozitívabban értékelték. Úgy érzeték, hogy ekkorra erősödtek meg, vagy lettek épp magasabbak, így a sport több örömet adhatott számukra.

A lakossági megkérdezés tanúsága szerint az iskolai testnevelés megítélése kedvezőbb a férfiak, mint a nők körében. Az általános iskolában a férfiak 68%-a, a nők 53%-a szerette ezeket az órákat. Ez a tizenöt százalékos különbség a középiskola esetében is megmarad, a férfiak 63%-a, a nők 48%-a kedvelte a testnevelés órát a középiskolában.

A felsőfokú oktatás testnevelés órái már csak a válaszadók kis része számára volt releváns (a megkérdezettek 18%-a válaszolt erre a kérdésre). Itt a legkisebb az órák kedveltsége és ezzel együtt a tanár megítélése. A felsőfokú képzésben 48% szerette a testnevelést, a tanárt pedig 49%. Az órát nem szeretők 33%-ot tesznek ki, a tanárt nem kedvelők pedig 21%-ot. Az esszékből és mélyinterjúkból is kiderül az, hogy a felsőoktatásba való belépés nem kedvez a sportolásban való részvételnek. Ebben az időszakban sok más impulzus éri az egyént, amely mellett a sport háttérbe szorul. Nem marad el feltétlenül, csak a korábbi évekhez képest kisebb szerepet kap. Főképp a középiskolás évekhez képest nagy a visszaesés, hiszen azokat az éveket érzik a legtöbben a leginkább sport-intenzív időszaknak. Ezzel együtt jelenik meg az, hogy az egyetem – a Corvinus egyetem jelenlegi és korábbi hallgatóinak tanúsága szerint is – nem támogató a sportolás szempontjából. Nem érzik elvárásnak, hogy sportoljanak és jellemzően a környezetüknek is csak kis hányada jár el mozogni, sportolni.⁴²

Amennyiben a testnevelésórák és a válaszadó sportolása közötti összefüggést vizsgáljuk⁴³, akkor kiderül, hogy a két változó közötti kapcsolat statisztikailag szignifikáns mind az általános iskola, mind a középiskola esetében.

42 Néhány idézet illusztrációként:

„Iskolásként sportoltam legtöbbit. Az egyetemi rendszertelen élet. Más dolgok váltak fontossá.” (ffi, 29 éves, dolgozó)

„Középiskolában elvárás volt a sport, mindenki ment valahova sportolni, versenyezni, ez hajtott. Ez itt az egyetemen nincs meg” (nő, 22 éves, tanuló)

43 2x2-es keresztábra: szerette a testnevelés órákat (igen-nem) és sportol (igen-nem)

A kapcsolat erőssége azonban mind a kettőnél gyenge, bár a középiskola hatása erősebb, mint az általános iskoláé. ($\varphi = 0,22$ az általános iskola és $\varphi = 0,3$ a középiskola esetében). Ugyanez igaz a testnevelő tanár szeretete és az egyén sportolása közötti összefüggés kapcsán. A kapcsolat statisztikailag szignifikáns, de nagyon gyenge mind a két iskolatípus esetében ($\varphi = 0,09$ az általános iskola és $\varphi = 0,18$ a középiskola esetében). A férfiak és nők között ebben a tekintetben nem látható különbség.

A kortársak (házastárs/partner, testvérek és a barátok): a legerősebb hatás

A házastárs/ partner, a testvérek és a barátok általában az egyén kortársait jelentik. A sportolás és az életkor közötti összefüggésnek megfelelően – az életkor növekedésével a sportolási részvétel csökken – a megkérdezettek képest az idősebb korosztályban (szülők) tartozók esetében a legkisebb a sportrészvétel, a kortársaknál hasonló, a fiatalabb generációra pedig (azok esetében ahol gyermekek is vannak) magasabb aktivitás a jellemző. A lakossági kutatásban a megkérdezetteknek a 15%-a jelezte azt, hogy házastársa/partnere szokott sportolni (ezen belül a legalább heti rendszerességgel sportolók aránya 5%). A testvér esetében hasonló az arány (15,1%), míg a barátoknál ez magasabb, összesen 28,6% (továbbá legalább hetente sportol 14,7%).⁴⁴ Mind a három csoport esetében a kortárs sportolása és a megkérdezett sportolása között van szisztematikus, statisztikailag szignifikáns kapcsolat. Ez a kapcsolat a barátok esetében a legerősebb, ezt követi a testvér és a házastárs/ partner hatása.

A házastárs/partner sportolása és az egyén sportolása közötti összefüggés közepes ($\varphi = 0,47$). Ez a kapcsolat a férfiak körében hasonló, mint a teljes lakoságnál ($\varphi = 0,44$), a nők esetében szintén ($\varphi = 0,51$). Életkor tekintetében a 21-30 év közöttieknél a partner/házastárs sportolásával enyhén gyengébb kapcsolatban áll az egyén sportolása ($\varphi = 0,39$). Ez a kapcsolat a 31-40 év közöttiek ($\varphi = 0,54$), és a 41 év felettiek esetében ($\varphi = 0,48$) is megegyezik a teljes lakossági értékkel.

⁴⁴ A legidősebb testvér és a legfontosabb barát adatai

A testvér (ha több van, akkor a legidősebb testvér) sportolása közel ugyanolyan erős kapcsolatban van az egyén sportolásával, mint a házastárs/partner esetében ($\varphi=0,45$). Itt is, a nők esetében közel ugyanolyan mértékű a kapcsolat erőssége ($\varphi=0,48$), mint a férfiaknál ($\varphi=0,43$). Az összefüggés az életkor növekedésével gyengül, azaz a legerősebb a 15-20 éveseknél ($\varphi=0,57$). Az ennél idősebbeknél a kapcsolat már a közepesnél gyengébb (21-30 éveseknél $\varphi=0,38$, 31-40 éveseknél $\varphi=0,35$).⁴⁵

A barátok esetében található a legerősebb kapcsolat az egyén sportolásával. A legfontosabb barát esetében a kapcsolat a közepesnél erősebb ($\varphi=0,65$), de a második és a harmadik legfontosabb barátként megjelöltekénél is 0,6 körüli a φ értéke.

A barátok szerepe a férfiak körében ennél is erősebbnek tekinthető ($\varphi=0,68$), a nők esetében pedig a teljes lakossági értékhez hasonló, a közepesnél erősebb ($\varphi=0,60$). A 15-20 éveseknél a kapcsolat kifejezetten erős ($\varphi=0,76$), majd ez az idősebb korcsoportokban csökken (21-40 évesek: $\varphi=0,58$; 41 év felett: $\varphi=0,54$), de így is közepes erősségű marad. Az esszék és a mélyinterjúk is megerősítik a baráti társaság jelentőségét. Ahol a barátok számára a sport fontos, a társaságban a megítélése pozitív, ott az egyén is nagyobb valószínűséggel szereti azt, illetve sportol aktívan. És ugyanez igaz fordítva is; ahol a barátok körében inkább negatív vagy közömbös a sport megítélése, ott az egyénnek is nagyobb valószínűséggel lesz ez a véleménye.

Ahogy az interjúkon többször is elhangzott: „*Én mindig a barátaimmal sportoltam*” (férfi, 29 éves, *teniszezik*) vagy „*Gyakorlatilag mindenki focizik a környezetemben. Már mint a fiúk. A lányok pedig jellemzően valami ugra-bugra*” (férfi, 27 éves, *focizik*)

A mélyinterjúk tanulsága szerint a társaság a következő előnyöket biztosítja az egyén számára:

- Azonnali öröm, élvezet átélése: a közös játék, a támogató környezet rövidtávon, tovább érzelmi szinten biztosítja azt, hogy érdemes legyen sportolni

⁴⁵ A 41 év felettiekénél a statisztika nem használható, a cellánként minimum 5 eset követelmény nem teljesül

- Stabilitás: a jó társaság bent tart a tevékenységben, a megszokott környezet a sportolás lehetőségét, feltételét jelenti, főképp a csapatjátékok esetében. Van kivel és van hol játszani, nem kell új csapatot keresni, szervezni
- Hasonló tudás-, edzettség-, tehetség szint: nagyobb élvezet hasonló szinten levőkkel együtt játszani, a nagy tudásbeli különbség mindkét fél számára megöli az örömet
- Támogatás: egymás megerősítése, biztatása, fejlesztése, akár a sporttevékenységen kívül is

„Több helyet is kipróbáltunk. Fontos, hogy jó legyen a társaság. Magasabb szinten lennénk, mehetnénk, de itt érzem jól magam” (férfi, 23 éves, tanuló)

„Élvezet együtt játszani az emberekkel. Önbizalmat ad. Jó az összetartás.” (férfi, tanuló, 23 éves)

„Rossz érzés, ha jobb vagy. Nem lehet rendesen játszani. Idegesít, ha valaki bénán dob. De ez inkább társas esemény, nem veszi komolyan az ember. Ha komolyan venném, nagyon zavarna.” (férfi, 30 éves, dolgozó)

„Nagyon sok mindent csináltam, de azért maradtam a küzdősport mellett, mert ott a társaság a második családom lett a középiskola alatt” (nő, 22 éves, tanuló)

Az életmódváltás hatás a sportolásra

Korábbi kutatások is megerősítik azt, hogy az életkorral, az iskolarendszerű képzésből való kilépéssel csökken az egyén sportrésztvétele. Az esszék tartalomelemzése során kiderült, hogy az egyetemisták esetében az egyetemi élet milyen jelentős változást okoz a sporthoz való viszonyban. A mélyinterjúk során, mind a dolgozó, mind a tanuló csoportban hangsúly került arra, hogy ez a változást magyarázható, érthető legyen.

Az általános és középiskolás éveket jelölték meg a megkérdezettek a sportolás szempontjából a legintenzívebb időszakuknak. Az egyetemisták és a már dolgozók is úgy meséltek az ezt követő egyetemista évekről, mint amikor minden korábbi megszokás, rutin felborult. Minden egyetemista esetében bekövetkezhet ez a változás, de minél nagyobb a távolság a szülői környezet és az egyetemi közeg között, a változás annál drasztikusabb.

Az egyetemi élet a következő tipikus változásokat hozza:

- A döntési szabadság felerősödése: a nap időbeosztásában, a tevékenységek megválasztásában
- Az egyéni felelősség megnövekedése: óralátogatás, tárgyfelvétel, tanulási rend kialakítása
- Lakóhely/ lakóközösség megváltozása: több esetben új városba költözés, a szülők helyett másokkal együtt vagy egyedül élés, helyismeret kialakítása
- Az egyénnel szembeni elvárások megváltozása: szülői kontroll helyett a kortársak erősebb jelenléte, új számonkérési rendszer, szakmai elvárások, új életstílus modellek

Ezek eredményeképpen a korábbi szokások megváltoznak, a prioritások átalakulnak. A sport tipikusan hátrébb kerül, nagyon sok új, vonzó lehetőség kipróbálása hívogat. A nagyváros lehetőségei mellett, az egyetem és a kollégium által kínált programok sokasága köti le a figyelmet és az időt. Ezt az új helyzetet meg kell tanulni kezelni, idő kell ahhoz, hogy a kínálatból mindenki megtalálja a hozzáillőt. Ha ez a letisztulás megtörtént, akkor léphet vissza, erősödhet meg nagyobb eséllyel az egyén életében ismét a sport. Ez sok esetben csak a munkába állással történik meg, amikor az élet ismét kiegyensúlyozottabb, tervezhetőbb keretek közé kerül.

„Amikor elkezdtünk dolgozni, akkor az esték szabadak lettek, ki lehetett szűrni egyet, amikor megyünk. Így három év kihagyás után elkezdtük ismét rendszeresen focizni” (férfi, 28 éves, dolgozik)

„Iskolásként sportoltam legtöbbet. Az egyetemi élet, rendszertelen élet. Más dolgok váltak fontossá.” (nő, 26 éves, dolgozik)

„Most annyi mindent csinál az ember, hogy semmit sem csinál” (nő, 22 éves, egyetemista)

„Az egyetemen most kell kapcsolatokat építeni, pedig szerettem a sportot mindig, de most ennek a rovására megy.” (nő, 22 éves, egyetemista)

6. 4. A tágabb környezet hatása

A kulturális környezet, magában foglalva a meggyőződéseket, értékeket és szokásokat a fogyasztók magatartását is befolyásolja. Egy olyan környezetben, ahol a lakosságnak a 69%-a sohasem sportol, nem lehet a sport általános szeretetéről beszélni. Igaz, hogy verbálisan a sport jelentősége elismert, de ez tevőlegesen nem jelenik meg. A kulturális dimenzió vizsgálata átfogóan nem történt meg, de az, hogy a környezet milyen nagymértékben meghatározhatja az egyén életében a sportolás szerepét, kiderül a mélyinterjúkból.

Az alanyok egy része fel tudott idézni olyan helyzetet, amikor a környezet hatására számára is természetes volt a fizikai aktivitás. Az ösztönző környezet két típusát sikerült azonosítani.

1. A városi sportélet pezsgése

Ahol a társadalmi környezet számára fontos a sportolás, ott ez továbbörökítődik a szocializáció során. Ameddig a közeg támogató, addig könnyebb az egyén számára a tevékenységbe bekapcsolódni. Ilyen kedvező körülményeket biztosíthat egy város a sportnak.

Az egyik megkérdezett gyermekkorának élénk városi sportéletére emlékezett vissza: *„Annak idején, a Videoton menetelése idején voltam kisgyerek. Akkor ez Fehérvár sportéletét teljesen megdobta. Ez akkor mindenhol téma volt. Mindenki, fiúk – lányok fociztak. Le voltak osztva a szerepek, hogy ki-kicsoda az akkori csapatból. Onnantól kezdve a foci fontos lett. Ez adta az indítást” (férfi, 28 éves, dolgozó)*

2. Külföldi tapasztalat

Ugyancsak támogató környezetbe kerül az egyén, amennyiben huzamosabb időt tölt egy olyan országban, ahol a sportolás megbecsültsége magas. Hosszabb külföldi tartózkodás esetén – egyetemi hallgatók esetében erre ad lehetőséget egy elnyert ösztöndíj – a sportosabb társadalommal való találkozás hatása ösztönző lehet. A hatás azonban többnyire csak addig érvényesül, amíg az egyén ebben a környezetben tartózkodik.

„Amikor kint voltam ösztöndíjjal Finnországban, ott nagyon jók voltak a körülmények, akkor kezdtem el ismét úszni.” (férfi, 26 éves, dolgozó)

„Hollandiában majdnem mindenki sportolt valamit. Én is jártam röplabdázni. Aztán azóta megint nem” (nő, 26 éves, dolgozó)

6. 5. Hipotézisek elfogadása, elvetése

A hipotézisek közül három fő-hipotézis részben, két hipotézis korlátozások nélkül fogadható el az országos reprezentatív kutatás (O), a tartalomelemzés (T), illetve a mélyinterjúk (M) alapján.

A társas környezet támogató hatását mind az országos lakossági felmérés, mind a tartalomelemzés és a mélyinterjúk eredményei alátámasztják. A társas közeg minden vizsgált tagjának sportolása összefüggésben áll az egyén sportolásával, az összefüggések erőssége azonban különböző. A kvalitatív eredményekből egyértelműen kiderül, hogy a társaság, a sportolás személyi környezete élményt visz a sporttevékenységbe, motivál, megerősít. Az elvégzett vizsgálatok eredményei alapján a H1 hipotézis korlátozások nélkül elfogadható.

Woolger és Power (1993) tanulmánya szerint a szülői befolyás elsősorban a gyermekkorban jelentős. Jelen kutatásban a 15-17 évesek körében volt a legmagasabb a szülői biztatás jelenléte, így az beigazolódott, hogy a szülői oldalról érkező ösztönzés ekkor a legjellemzőbb. Ugyanakkor a szülői hatás erősségét az egyes korcsoportokban nem tudtuk vizsgálni; a szülők alacsony sportrésztvétele, így az alacsony elemszámok miatt az elemzés nem volt elvégezhető. Gill & Overdorf (1994) szerint a nők körében a társaság szerepe az életkor előrehaladtával egyre inkább felértékelődik. A mostani vizsgálat nem csak a nők, hanem minden demográfiai csoport esetében ezt találta. A hipotézis, hogy a fiatal felnőttkorban a barátok, kortársak jelentősége a legfontosabb, beigazolódott. Összességében azonban a H2 hipotézis csak részben fogadható el. A szülői hatásnak a csökkenése nem volt értelmezhető.

A lakossági felmérés mellett, a szülők bátorításának a jelentőségét erősítik meg a tartalomelemzés és a mélyinterjúk eredményei is. Jelen kutatás csak gyenge összefüggést talált a szülők sportolása és az egyén sportolása között, így ezt az alhipotézist el kell vetni. A kutatás nem tudta megerősíteni Greendorfer és Ewing (1981) következtetését, hogy a szülői bátorítás vagy részvétel elsősorban az azonos nemű gyermek esetében fontos. A kis elemszámok nem tették lehetővé ennek értékelését. A kérdés megválaszolására külön minta kialakítására volna szükség, ahol sportoló, sportszerető szülők gyermekei vagy maguk a szülők kerülnek bele a mintába. Ezek alapján a H3 hipotézis csak részben fogadható el.

A barátok esetében a korábbi feltételezés minden részletében megerősítést nyert. A szakirodalommal megegyezve a kortársak és barátok szerepe a legjelentősebb a sportolásban való részvételkor. Ez derül ki a lakossági kutatásból, és ezt erősítik meg a tartalomelemzés és a mélyinterjúk eredményei is. Ugyanakkor abban van különbség, hogy ez a hatás nem a szülői mellett, hanem azt megelőzve érvényesül minden korcsoportban, férfiak és nők esetében, iskolai végzettségtől függetlenül. A barátok sportolását találta a kutatás legerősebb összefüggésben az egyén sportolásával. A H4 hipotézis korlátozás nélkül kerül elfogadásra.

Az iskola szerepén belül a sportágválasztás színességének a fontossága kvalitatív módon került vizsgálatra. Ez alapján elmondható, hogy a sokféle sportággal való találkozás kedvezően hathat a későbbi sportolásra és a sport megítélésére, annak alaposabb ismeretén és a hozzá kötődő tapasztalatokon keresztül. Összefüggés vizsgálat elvégzéséhez és ezt követően a hipotézis megalapozott elfogadásához kvantitatív eredményekre is szükség lenne.

Az országos kutatás eredményei alapján nem nyert megerősítést az, hogy az iskolai testnevelés megítélése összefüggésben van az egyén későbbi sportolásával. Bár a két tényező között van szisztematikus kapcsolat, de a kapcsolat erőssége gyenge. A 15-17 évesek körében van mindössze erősebb összefüggés, de számukra az általános iskola a közelmúltat, a középiskola pedig a jelent jelenti. Így megállapítható, hogy a testnevelés óra hatása jelentős akkor, amikor hat, de a későbbiekben más tényezők veszik át a helyét. Ezzel együtt a H5 hipotézis csak részben kerül elfogadásra.

	Elfogadás	Hivatkozva
H1: A sportrésztételre a társas környezet pozitívan hat	Igen	T, O, M
H1a: A társas környezet csökkenti a sportoláshoz kötődő észlelt nehézségeket	Igen*	T, M
H1b: A társas környezet élvezetet hoz a sportolásba, élményszerűvé teszi a tevékenységet	Igen*	T, M
H1c: A társas környezet hozzájárul a sportban való részvétel fenntartásához	Igen	O, M
H1d: A társas környezet befolyásolja a sportágválasztást	Igen*	T, M
H2: A társas környezet befolyása a sportban való részvételre gyermek életkorával átalakul	Részben	T, O, M
H2a: Gyermekkorban elsősorban a szülői hatás a fontos, amely az életkor növekedésével csökken	Részben	O
H2b: Fiatal felnőtt korban jelentősebb a kortársak, barátok szerepe, befolyása	Igen	T, O, M
H3: A család pozitív viszonya a sporthoz az egyénben is pozitív viszonyt alakít ki a sport iránt.	Részben	O, T, M
H3a: A szülők rendszeres sportrésztétele pozitívan hat az egyén sportrésztételére	Nem	O
H3b: A szülői bátorítás pozitívan hat az egyén sportrésztételére	Igen	O, T, M
H3c: A szülői hatás erősebb az azonos nemű gyermek esetében	-	-
H4: A barátok sporthoz való viszonya befolyásolja az egyén sporthoz való viszonyát	Igen	O, T, M
H4a: A barátok sportolása ösztönzőleg hat az egyén sportolására	Igen	O, T, M
H4b: A barátok hatása a legfontosabb a sportolásban való részvételkor	Igen	O, T, M
H5: Az iskola hatása jelentős a gyermek sporthoz való viszonyának kialakulásában	Részben	T, O, M
H5a: Amennyiben a gyermek az iskolában sokféle sportággal találkozik, valószínűbb, hogy megtalálja számára legmegfelelőbb sportot, azaz végül pozitívabb lesz a sporthoz való viszonya	Igen*	T, M
H5b: A testnevelő tanár befolyásolja a sportoláshoz való viszonyt az iskolán túl is	Nem	T, O, M

*Kvalitatív eredményeken alapul, így további kvantitatív megerősítés szükséges

- Az adatok nem tették lehetővé az összefüggés vizsgálat elvégzését

11. Táblázat: Hipotézisek és a kutatási eredmények összevetése

φ értékek	Totál	Férfi	Nő	15-20 éves	21-30 éves	31-40 éves	41 év felett
Apa	0, 2	-	-	-	-	-	-
Anya	0, 2	-	-	-	-	-	-
Általános iskola	0, 2	0, 2	0, 2	0, 5	0, 4	0, 3	0, 2
Középiskola	0, 3	0, 3	0, 3	0, 7	0, 3	0, 3	0, 3
Testvér	0, 5	0, 4	0, 5	0, 6	0, 4	0, 3	-
Barát	0, 6	0, 7	0, 6	0, 8	0, 6	0, 6	0, 5
Házastárs, partner	0, 5	0, 4	0, 5	-	0, 4	0, 5	0, 5

12. Táblázat: Az összefüggés erősség az egyén és környezetének sportolása között (φ értékek)

7. KÖVETKEZTETÉSEK

FOLYAMATOS MEGERŐSÍTÉST IGÉNYLŐ TANULT FOGYASZTÁS: A TÁRSAS KÖRNYEZET, A MÚLT ÉS A JELEN JELENTŐSÉGE

7. 1. A magyar nem sportoló nemzet

A magyar lakosság 69%-a sohasem sportol és ugyanígy a lakosság 69%-a soha nem látogat el sportmérkőzésre. Mind a résztvevői, mind a nézői sportrésztvétel kis mértékű, azaz jelenleg hazánkban a sportfogyasztás alacsony. Ezzel együtt a lakosság 41%-a kifejezetten nem szeret sportolni.⁴⁶

A lakosságon belül kedvezőbb helyzetben vannak a felsőfokú végzettséggel rendelkezők (itt alacsonyabb a sohasem sportolók, illetve magasabb a heti rendszerességgel sportolók aránya), a férfiak (az egyáltalán nem sportolók aránya 64%, szemben a nőknél ez az arány 73%) és a diákok (48% a legalább heti gyakorisággal sportolók aránya). Ezzel együtt rosszabb helyzetben vannak az alacsonyabb iskolai végzettségűek, a nők és az idősek, nyugdíjasok.

Mulvihill et. al. (2000) említett tanulmányával egyezően hazánkban is különbség van a nemek között abban, hogy milyen a viszonyuk az iskolai sportoláshoz. A fiúk nagyobb arányban szeretik az iskolai testnevelésórákat, mint a lányok. Ezen túlmenően általánosságban is megfogalmazhatjuk, hogy a férfiak és nők között jelentős különbség van a sportoláshoz való hozzáállásban. Földesiné (1998) idős nők körében végzett felmérése megállapítja, hogy kisebb mértékű sportrésztvételüknek legfontosabb oka a hiányos vagy hiányzó sportszocializáció lehet.

A nőknél a sportszocializáció általában másképp valósul meg, mint a férfiaknál. A lányok esetében ritkább, hogy a sportolás és a szabadidő eltöltése, a barátokkal való találkozás egybeesik. A nők motivációi mások, a sportot gyakrabban tekintik eszköznek (pl. a jó alak eléréséhez, stressz levezetéshez), a férfiak körében jellemzőbb, hogy a sportolás maga a végcél.

⁴⁶ Nehéz olyan környezetben sportszeretőnek lenni, ahol a sport nem természetes része az emberek életének. Pl. az országos tévé csatornák közül csak a közszolgálati televízióban lehet találkozni rendszeresen sporthírekkel

Emellett nagyobb mértékben jellemző rájuk, hogy a barátaik, a jó társaság miatt sportolnak. Könnyebben kerülnek kapcsolatba a sporttal, természetesebben lép be a fizikai aktivitás az életükbe.

Ha időbeliségében nézzük a sportoláshoz való viszony alakulását, akkor az 1998-ban mért eredményekhez képest alig tapasztalható változás; két csoport esetében látható csak a különbség. A 18-29 éves csoportnál a változás iránya negatív; 32%-ról csökkent le 22%-ra a legalább hetente sportolók aránya. Örömteli ugyanakkor, hogy a 60 év felettiek körében növekedés tapasztalható a sportrésztvételben 1998-hoz képest. 8 évvel ezelőtt a korcsoportnak mindössze 2%-a jelezte, hogy legalább hetente sportol, ez most 2006-ban 7%. A fizikai aktivitást végzők aránya még mindig alacsony, de jelzi, hogy kedvező folyamatok indultak el.

Eltérések a sportág kiválasztásában is megnyilvánulnak, a társadalmi különbségek újratermelődnék. A sportágválasztásra hatással van az egyén társadalmi státusza, anyagi helyzete. Vannak elit és tömegsportok. Érthetővé teszi ezt, hogy vannak sportágak, amelyek bonyolultabb szabályaik, nehezebb követhetőségük miatt magasabb intelligenciát igényelnek. Ehhez járul hozzá, hogy az egyes sportágak különböző mértékű anyagi ráfordítást követelnek meg. Az elitsportok többnyire a költségesebb sportágak közé tartoznak, így a tenisz, golf, fallabda.

Jelen kutatás eredményei alapján nyilvánvaló, hogy hazánkban a társadalmi környezet a fizikai aktivitást, a sportolásban való részvételt csak gyengén támogatja. Igaz ez annak ellenére, hogy a sportpolitika a szabadidősport fontosságát elismeri, és népszerűsítését elsődlegesnek tartja. Ezt jelzi, hogy az állam a jövőben elsősorban olyan kezdeményeséseket kíván támogatni, amelyek rendszeresen, tömegeket mozgatnak meg.⁴⁷ A 2006-os évben ennek a programnak a keretében megyénként 8-10 színhelyen, városonként 2-4 létesítményben, összesen 311 helyszínen biztosítottak heti rendszerességgel ingyenes sportolási lehetőséget.

⁴⁷ Ilyen például a Mozdulj, Magyarország!, vagy a Tízezer lépés gyalogló program, de népszerű a lakosság, elsősorban a fiatalok körében a 2006-ban indított Tárt kapus program is. (Elbert Gábor szakállamtitkár nyilatkozata, www.nsh.hu, 2007. április 4.)

7. 2. A barátok fontossága, az iskola szerepének felértékelődése

Beigazolódott, hogy a társas környezet jelentősége kiemelkedő. A jelen sportolását elsődlegesen a jelen társas környezete és azon belül is a barátok fizikai aktivitása befolyásolja. Meghatározó, hogy sportol-e bárki az egyén környezetében, tud-e valakihez csatlakozni, bevett szokás-e számára az együtt sportolás másokkal vagy sem. Ez a nyugati társadalmakban kevésbé jelentős probléma. Ezekben az országokban – ilyen például az USA, Kanada, Ausztrália, Hollandia – a sportolás, hazánkhoz képest sokkal megszokottabb, beépültebb az emberek életébe. Nem kérdés, hogy az egyént körülvevő társas közeg és a társadalmi környezet is támogató. A magasabb aktivitást fejlett sportkínálat, sportszolgáltatási rendszer is kíséri.

A szülők jelentőségének meghatározásában ez a kutatás Martin és Dodder (1991) eredményeivel mutat hasonlóságot. Eszerint a sportolásra a szülők hatása kisebb, vannak náluk fontosabb befolyásolók. Olyan erők, mint a barátoktól kapott bátorítás, nagyobb szerephez jutnak a sportban való részvétel magyarázatakor.

Nem jellemző ma Magyarországon, hogy a család megteremti a sportszeretet iránti igényt. Ez felértékeli az iskola szerepét; kiemelten fontos, hogy a gyermekek megtudják szeretni a sportolást az oktatás keretei között. A sportszocializációban a családi elem gyengesége miatt kiemelkedő szerepe kell, hogy a testnevelésnek jusson. Az iskolai oktatásban a sporttal való találkozás lehetővé teheti, hogy a rendszeres fizikai aktivitás az egyén életének részévé váljon. Jelenleg a testnevelés az oktatásban másodlagos szerepet tölt be a többi tantárggyal szemben. Jól jelzik ezt az óraszámok és az iskolák felszereltsége. Az egyik esszé író hallgató rövid számítást végzett, amikor összehasonlította a magyarországi és az egyesült államokbeli testnevelésóráinak a számát. Ugyan a két ország oktatási struktúrája teljesen eltérő; hazánkban a sport tengerentúli mértékű támogatása elképzelhetetlen, azt mégis élénken jelzi a példa, hogy az eltérő kulturális közeg eltérő értékeket hordoz, eltérő esélyt teremt a sport megszerettetésére.

Az említett hallgatónak a Magyarországon eltöltött 11 iskolaév alatt hetente átlagosan 2 testnevelésórája volt, az USA-ban eltöltött egy év alatt heti 5. Kiszámolta, hogy hány testnevelésórán vett volna részt, ha mind a 12 évet Magyarországon vagy az USA-ban végezte volna el.

Magyarország esetében 960 óra, az USA-ban 2400 óra testnevelésórán töltött idő lett a végeredmény.⁴⁸ A mindennapi testnevelés kötelező bevezetése nagy áttörést hozhatna hazánkban.

Másik lehetőség, amely a családi elem gyengeségét kiegyensúlyozhatná a civil szervezetek lehetnének. Utóbbi azonban sajnos kifejezetten gyenge hazánkban. Füzér – Gerő – Sik – Zongor társadalmi tőkéről szóló tanulmányában (2006) hivatkozik a European Social Survey és az Eurobarométer adatait feldolgozó kutatásra. Ebből kiderül, hogy a civil társadalom elterjedtsége mennyire alacsony Magyarországon. Amíg hazánkban a lakosság 79%-a nem tagja civil szervezetnek, addig az EU-15-ben ez az arány 49%, az EU-25 esetében 53%. Hasonló a barátokkal gyakran találkozóók átlaga, de a barátokkal sohasem/ ritkán találkozóók aránya magasabb (21%) mint az EU-15 esetében és összességében az EU-25 országokban (13%). A szomszédokkal való társas kapcsoltok egyúttal szinte ismeretlenek hazánkban (szomszédokkal találkozni havonta egyszer sem vagy soha 76% vs. EU-15 55% és EU-25 és 53%). Ezzel ellentétes a munkatársakkal való munkahelyen kívüli barátság elterjedtsége, Magyarországon a kollégákkal való privát találkozás gyakoribb. Kevesebben jelezték azt, hogy havonta egyszer sem/ soha találkoznak munkatársaikkal munkaidőn kívül (40%), mint az EU-15 és EU-25 esetében (55% és 54%). Összességében az derül ki a felmérésből, hogy Magyarországon a társadalmi tőke alacsonyabb, mint az EU többi országában, amennyiben az általános bizalom, civil társadalmi aktivitás, barátság dimenzióját vizsgáljuk. A civilszféra gyenge, a társas kapcsolatok nem megfelelőek. Tovább nehezíti a helyzetet, hogy ráadásul a meglévő szervezetek állami költségvetésből élnek meg. Ez a szféra függetlenségét csorbitja, amely így nem tud kellően keményen fellépni a közérdekért. A szükséges társadalmi tőke hiányában nem lehet a civil szférára számítani a sportolás széles körű ösztönzésének, népszerűsítésének feladatában.

A sportolásban való részvétel, a társas támogatás mellett, az egyéntől egészségtudatosságot és kezdeményezőképességet is követel. Egyetértve Makara (1994) véleményével ezt az aktív, kezdeményező attitűdöt a szocialista éra örökül hagyott szokásai, értékei megnehezítik.

⁴⁸ Számítása szerint: Magyarország = 12év * 10 hónap * 4 hét * 2 óra = 960 óra, USA= 12év * 10 hónap * 4 hét * 5 óra = 2400 óra.

A rendszerváltozást megelőző időszakban a szociális, egészségügyi és környezetvédelmi politika egyaránt alulfejlett és torz volt. Magyarországon (és ezzel együtt Kelet – Közép Európában) hiányzik az egyéni felelősség felvállalása. A lakosság még nem ismerte fel, hogy életmódja, szokásai milyen hatással vannak egészségére. Ugyanígy nem alakult ki a felelősségérzet a felett, hogy mindenkinek saját magának kell tevőlegesen hozzájárulnia egészségi állapotának megőrzéséhez. Az emberek megszokták, hogy az állam örködik felettük és így egészségük felett is. Sem az egészség, sem az egyéni kezdeményezés nem képviselt értéket a társadalomban. Ezen mintáknak, az életmódnak a megváltozása csak hosszú idő alatt mehet végbe.

7. 3. A tanulás jelentősége: a múlt és a jelen szerepe

A sportolás tanult fogyasztás. Aki szokott sportolni, tudja, hogy mik a nehézségek és vállalja is azt. Tudja, hogy nehéz elkezdni, de azt is tudja, hogy mikortól és mitől lesz érdekesebb, élvezetesebb, könnyebb. Ismeri magát, a képességeit, a korlátait - tudja, hogy mit várhat, milyen eredményekre számíthat a későbbiekben. Azok esetében, akik korábban nem vagy alig végeztek sporttevékenységet az iskolai kereteken túl, a bizonytalanság nagyobb. Tisztában vannak ugyan a sportolás előnyeivel és a nehézségeivel is, de nem ismerik eléggé önmagukat. Nem tudják, hogy meddig tarthat a kezdeti nehezebb időszak, hogy mit várhatnak el maguktól, hogy mi számít fejlődésnek. Könnyebben csalódnak, könnyebben hagyják abba a sportolást.

A tanulás a családi környezetben, illetve az iskolában kezdődik és élethosszig tart. Ebben a folyamatban szerepet kapnak az egyén szülei, tanárai, barátai, sporttársai. A kvalitatív kutatás eredményei azt sugallják, hogy a múltban megtanultak, a megszerzett tapasztalatok bár fontosak, mégis a sporttermék tulajdonságai miatt könnyű a tevékenységből való kiesés. A jelen részvételét erősen befolyásolja az egyén aktuális környezete, és annak a sporthoz való viszonya, támogatása. A jelen felértékelődik a múlttal szemben. Olyan, mintha a múlt élményei elsüllyednének arra várva, hogy ismét aktivizálják őket.

Amikor az egyén visszatér a sportoláshoz, a korábbi tapasztalatainak köszönhetően könnyebben lép vissza a tevékenységbe. Így jut szerephez mindaz, amit az egyén már megtanult. Amennyiben a jelen környezete nem támogatja a sportolást, akkor az egyénnek fokozottabb erőfeszítéseket kell tennie ahhoz, hogy sportoljon. Emiatt nagyobb valószínűséggel nem teszi ezt meg, vagy idővel abbahagyja a tevékenységet.

A magyar társadalom még nem ismerte fel a fizikai aktivitás jelentőségét, így az állami szerepvállalás fontos és szükséges. Támogatni kell az iskolai testnevelést, így megalapozva, megerősítve az egyén szocializációját a sporttevékenységbe. Emellett feladat hárul az államra a szabadidősport működésének támogatásában. Ez érinti egyaránt a kereslet és a kínálat befolyásolását. Az egyéni felelősség felismerése, felvállalása gyenge hazánkban, még nem alakult ki az egyén kontrollja a saját egészsége felett. Az egészséges társadalom jelentősége túl nagy ahhoz, hogy az állam egyszerűen elvárja az egyéni kezdeményezést és reménykedjen abban, hogy a sportoláshoz való viszony magától megváltozik a társadalomban. Az állami szerepvállalás közvetett és közvetlen módon egyaránt történhet. A legfontosabb a kedvező működési környezet biztosítása az iskolai testnevelés és a sportvállalkozások számára. A tevékenység megtervezésekor a társasági kapcsolatokra, a baráti közösségre kiemelt figyelem kell fordítani.

7. 4. A kutatás jelentősége, eredményeinek gyakorlati alkalmazhatósága

A rendszeres fizikai aktivitásnak, az egészséges életmódnak az egyéni és össztársadalmi szinten jelentkező pozitív hatásai jól ismertek. Kulcsfontosságú az emberek és az ország számára is az, hogy minél többen éljenek aktívan, sportoljanak rendszeresen. A dolgozat ennek a célnak a megvalósulásához szeretne hozzájárulni.

A sporttermék sajátosságainak a megértése, a részvételt befolyásoló tényezőknek a megismerése támogathatja a lakosság sikeresebb megszólítását. Jelen kutatás komplexen vizsgálta a társas környezetnek a sportolás való befolyását.

Az egyént körülvevő környezet hatását eddig csak kvalitatív módon, kismintás felmérésekben vagy szűkebb csoportok esetében tanulmányozták. Az országos lakossági kutatások többnyire a részvétel mértékére fókuszáltak, alaposabb megismerésre nem jutottak.

A dolgozat eredményei hozzájárulhatnak különböző – sportrészvételt ösztönző – társadalmi marketing programok kidolgozásához. Annak érdekében, hogy a sport népszerűsítése ne merüljön ki hatástalan üzenetekben, szükséges többek között a célcsoport és a részvételi döntés mechanizmusának ismerete. A társadalmi marketing célja a magatartás befolyásolása. Jelen kutatás eredményei támogatják eredményesebb népszerűsítő kampányok tervezését, kivitelezését.

7. 5. A kutatás korlátai

A kutatás korlátait az érvényesség, megbízhatóság és általánosíthatóság szempontjából érdemes értékelni (Churchill, 1979). A jelen vizsgálat kvalitatív és kvantitatív részekből állt. Az előbbi a probléma feltárásához és az eredmények értelmezéséhez járult hozzá. Utóbbi nagymintás, országos reprezentatív kutatás volt.

Az érvényesség, megbízhatóság és általánosíthatóság kritériumait a pozitivista irányzat képviselői fogalmazták meg, így elsősorban kvantitatív vizsgálatok esetén értelmezhetőek. Én is az országos kutatás kapcsán foglalkozom ezekkel.

Korlátot jelenthet a megkérdezés során használt mérőeszköz, a kérdésfeltevés módja. Amikor a társas közeg befolyását vizsgáltuk az egyén sportolására, a válaszadótól gyűjtöttünk információt a környezetének magatartásáról. A mások viselkedéséről szóló beszámolók nagymértékű bizonytalanságot hordoznak magukban, ami a mérés pontosságát kérdőjelezi meg. Ugyanakkor a hatás az alapján is mérhető, hogy abból mit lát, észlel az egyén. Amennyiben nincs tudomása arról, hogy szülei, testvérei, barátai sportolnak, akkor az nem is hathat rá ösztönzően. Igaz ez akkor is, ha környezete valójában fizikailag aktív. A társaságnak nem a tényleges aktivitását kívántuk mérni, hanem annak az egyénre befolyással bíró részét.

Lehetnek ugyanakkor olyan dimenziók, amelyek kimaradtak. Kérdés, hogyha újabb változókat vonunk be a kutatásba, akkor az eredetileg vizsgált elemek közötti kapcsolat hasonló marad-e.

A kutatás eredménye a hasonló hazai vizsgálatok eredményeinek megfelelő, a nemzetközi szakirodalomnak nem mond ellent. A megismert különbségek a magyar helyzet sajátosságaira utalnak. Az országos reprezentatív mintából levonható következtetések a magyarországi 15 – 69 év közötti teljes lakosságra érvényesnek tekinthetők. A minta alkalmas arra, hogy eredményeiből a sokaságra, azaz a hazai lakosságra megállapításokat fogalmazzunk meg. A két kvalitatív felmérés eredményei együtt mozognak a kvantitatívval, megerősítik, kiegészítik azt.

7. 6. Jövőbeni lehetséges kutatási irányok

A sporttermék sajátosságainak, a szabadidősportban való részvételnek a vizsgálata számos fontos és érdekes kutatási kérdést foglal magába.

A kutatás elején megfogalmazott hipotéziseket nem minden esetben sikerült tesztelni. Egyes csoportokban az alacsony elemszám nem tette lehetővé az összefüggés vizsgálat elvégzését, így többször a szülő és gyermek viszonylatában. Ennek a kapcsolatnak a megértése a sportra nevelés miatt nagyon fontos lenne. A kvalitatív vizsgálatok alapján érdemesnek tűnik a szülői befolyás természetét és időbeli alakulását tovább kutatni. Ugyanez igaz az iskola szerepére is. Jelen kutatás csak számbavétel szintjén foglalkozott ezzel az elemmel, jelentősége azonban további megismerésre ösztönöz.

A most megszerzett ismeretek, tapasztalatok alapján szeretnék a jövőben egy olyan skálát kifejleszteni, amely megbízhatóan méri a társas környezet és az egyén sportolása közötti összefüggést. Egy ilyen mérőeszköz lehetővé tenné longitudinális kutatás elvégzését, trendek meghatározását.

Következő lépésként szeretnék többet foglalkozni a tágabb környezet, a kultúra hatásával. Országok közötti összehasonlító tanulmányok készítése a magyar gyakorlat számára is nagy haszonnal szolgálna.

IRODALOMJEGYZÉK

Alderman, P. B. (1974): Psychological Behavior in Sport, pp. 64-71, W.B. Saunders Company

Alexandris, Konstantinos – Grouios, George (2002): Perceived constraints of recreational sport participation: investigating their relationship with intrinsic motivation, extrinsic motivation and amotivation, Journal of Leisure Research, Vol. 34, June 2002, p233-253

András, Krisztina (2003): Üzleti elemek a sportban, a labdarúgás példáján, Disszertáció

András, Krisztina (2006): A szabadidősport gazdálkodástana, 75. sz. Műhelytanulmány, Budapesti Corvinus Egyetem, Vállalatgazdaságtan Intézet, 2006. október

Auld, Christopher J. – Case, Alan J. (1997): Social Exchange Processes in Leisure and Non-leisure Settings: A Review and Exploratory Investigation, Journal of Leisure Research, Nr. 2., 183-200 pp.

Bachmann, Gwen R. – John, Deborah R. – Rao, Akshay R. (1993): Childrens Susceptibility to Peer Group Purchase Influence: An Exploratory Investigation, Advances in Consumer Research, Vol 20, pp 463 – 468

Bauer, András – Berács, József (1998): Marketing, AULA

Bauer, Martin W. – Gaskell, George (2000): Qualitative Researching with text, image and sound: a practical handbook. Sage: London.

Bengoechea, Enrique Garcia (2003): The Interpersonal Context of Adolescents' Sport Motivation, Research Update, Vol. 10, No. 3, September

Bourdieu, Pierre (1994): A sport és a társadalmi osztályok, In: A sport társadalmi környezete, Sportgazdasági füzetek, Sportszociológiai olvasókönyv, BKE oktatási segédanyag, Budapest

Bourdieu, Pierre (1993): Alapelvek a kulturális alkotások szociológiájához, In: A kultúra szociológiája, Szerk: Wessely, Anna, pp. 33-40, Osiris

Bojtor, Ferenc – Molnár, Gáspár – Szántai, Tamás (szerk.): Sportmarketing Szöveggyűjtemény, Sport és Marketing: A sportfogyasztók jellemzői, Sportgazdasági füzetek, Oktatási segédanyag, BKAE, Budapest

Bucher, Charles A. - Shivers, Jay S. - Bucher, Richard D. (1984): Recreation for Today's Society, Prentice Hall

Carman, James M. (1980): Paradigms for Marketing Theory, Research in Marketing, Vol. 3, pp 1-36

Carson, David – Gilmore, Audrey – Perry, Chad – Gronhaug, Kjell (2001): Qualitative Marketing Research, SAGE Publ, London

Childers, Terry L. – Rao, Akshay R. (1992): The Influence of Familiar and Peer-based Groups on Consumer Decisions, Journal of Consumer Research, September 1992, 198-211pp.

Churchill, G., Jr. (1979): A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Concepts, Journal of Marketing Research, Nr. 26, February, 64-73 pp.

Collins, Randall (1992): A státusz-kultúrák termelése és a nők, In: A kultúra szociológiája, Szerk: Wessely, Anna, pp. 33-40, Osiris

Csepela, Yvette (2000): „Örömtestnevelés?” – Gondolatok a testnevelésről, a sportról a 21. század küszöbén, Új Pedagógiai Szemle, Nr. 10

Csíkszentmihályi, Mihály (1991, in: 2001): Flow – Az áramlat, Európa Kiadó, 2001, 228. o.

Damore, Dorothy T. (2002): Preschool and school age activities: comparison of urban and suburban populations, Journal of Community Health, June2002. Vol. 27 Issue 3, p203, 9p

Demeter - Gelei (2002): Szolgáltatásnyújtás a tevékenységmenedzsment szemszögéből, Vezetéstudomány, 32. évf, 2002/ 2. szám, pp. 2-14

Dénes, Ferenc - Misovicz, Tibor (1994): Bevezetés a sportökonómiába, Vezetéstudomány, XXV. évf. 3. szám 57-61. o.

Digel, Helmut (1995): Was ist der Gegenstand der Sportwissenschaft? In: Sportwissenschaft heute, Eine Gegenstandsbestimmung, Hrsg: Helmut Digel, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt

Dishman, R. (2001): The problem of exercise adherence: Fighting sloth in nations with market economies, Quest, Nr. 53, pp 27-294

Eichberg, Henning (1998): Body Cultures: Essay on Sport, Space and Identity, Edited by John Bale and Chris Philo, Routledge

Elias, Norbert (1971): A sport eredete, mint szociológiai probléma, In: Replika, 29. szám, 1998. március, 41-54 p

Ellis, Caroline – Bochner, Arthur P. at al. (1996): Composing Ethnography – Alternative Forms of Qualitative Writing, Edited by Ellis, Caroline – Bochner, Arthur P., SAGE, Altamira Press

Elvin, Ian T (1993): Sport and Physical Recreation, Longman Group UK Ltd. Pp. 5-7, 14-15, 116-121

Európai Sport Charta (1993)

Fábri István (2002): A sport, mint a fiatal korosztályok életmódjának meghatározó eleme. In: Ifjúság 2000. Tanulmányok 1. (szerk.: Szabó Andrea, Bauer Béla, Laki László), Nemzeti Ifjúságkutató Intézet, Budapest

Featherstone, Mike (1982): A test a fogyasztói kultúrában, In: A test, Társadalmi fejlődés, kulturális teória, Józsefvegy könyvek, pp. 70-108, Szerk: dr. Fóti Péter, Budapest

Fehér könyv (2002): Helyzetkép a magyar sportról, GYISM

Földesiné dr. Szabó Gyöngyi (1998): Idős nők testedzéséről szociológiai nézőpontból, Sporttudomány, Nr. 3

Frenkl, Róbert (1983): A sport belülről, Sportpropaganda

Füzér, Katalin – Gerő, Márton – Sik, Endre – Zongor, Gábor (2006): Társadalmi tőke és fejlesztés, in: Társadalmi riport, 2006, szerk: Kolosi Tamás, Tóth István György, Vukovich György, TÁRKI, Budapest

Gans, Herbert, J (1974): Népszerű kultúra és magas kultúra, In: A kultúra szociológiája, Szerk: Wessely, Anna, pp. 114-149, Osiris

Gill, K. – Overdorf, V. (1994): Incentives for exercise in younger and older women, Journal of Sport Behavior, Nr. 17, pp. 87-97

Gould, D. – Feltz, D. – Weiss, M. (1985): Motives for participating in competitive youth swimming, International Journal of Sport Psychology, Nr. 16. pp 126-140

Gratton C. – Taylor P. (2000): Economics of sport and recreation. E and FN Spon, London

Greendorfer, Susan L. (1979): Differences in Childhood Socialization Influences of Women Involved in Sport and Women Not Involved in Sport, In: Applied Sociology of Sport, Human Kinetics Books, pp. 111 – 124, Edited by Yiannakis, Andrew – Greendorfer, Susan L.

Greendorfer, Susan L. – Ewing, M. (1981): Race and gender differences in children's socialization into sport, Research Quarterly for Exercise and Sport, Vol. 52, Nr. 3, pp. 301-310

Guttman, Allen: Spontán játék, szervezett játékok, versenyek, sportok, In: Replika, 29. szám, 1998. március, 55-65 p

Hadas, Miklós (2003): A modern férfi születése, Helikon, Budapest

Havitz, Mark E. (2005): Enduring Involvement, Situational Involvement and Flow in Leisure and Non-leisure Activities, Journal of Leisure Research, Nr. 4., 14 p

Hoffman, D. L. – Novak, T. P. (1996): Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations, Journal of Marketing, 60 (July), pp. 50-68

Hoffmann, Istvánné (2000): Sportmarketing, Bagolyvár, Budapest

Hofmeister, Tóth Ágnes (2003): Fogyasztói magatartás, AULA, Budapest

Hofmeister Tóth, Ágnes – Kainzbauer, Astrid– Brück, Frank – Neulinger, Ágnes (2002): Kulturális értékek, kulturális dimenziók és kulturális standardok, Empirikus vizsgálat bécsi és budapesti menedzserek körében, Vezetéstudomány, Nr. 2., 2-15 pp.

Hofmeister, Tóth Ágnes - Neulinger, Ágnes (2003): Do personal values influence health behaviour?, Academy of Marketing Annual Conference, Aston Business School, 8 – 11 July

Horne, John - Tomlinson, Alan – Whannel, Garry (1999): Understanding Sport – An Introduction to the Sociological and Cultural Analysis of Sport, Routledge

Hornik, Jacob (1982): Situational Effects on the Consumption of Time, Journal of Marketing, Fall, 44-55 pp.

Hunt, Kate Ford - Graeme - Nanette Mutrie (2001): Is sport for all? Exercise and physical activity patterns in early and late middle age in the West of Scotland, Health Education, Vol 101 Nr. 4, 151-158 p

Huszár, Anikó – Bognár, József (2006): Fiatal felnőttek testkultúrája avagy az iskolai testnevelés felnőttkori hatásai Magyarország és Finnország példáján, Új Pedagógiai Szemle, 56. évf, 6. sz, pp 107-114

Isler, L. - Popper, E. - Ward, S. (1987): Children's Purchase Request and Parental Responses, Journal of Advertising Research, Oct/Nov, pp. 28-39.

Iso-Ahola, S. E. (1980): The Social Psychology of Leisure and Recreation, pp 250-272, in: Vrijetijdgedrag 2: Psychologische Aspecten, Katolieke Universiteit Brabant, Tilburg

Iso-Ahola, S. E. – Hatfield, Bradley (1986): Psychology of Sports: A Social Psychological Perspective, William C. Brown Co.

Iso-Ahola, S. E. (1997): Basic Dimensions of Definitions of Leisure, Journal of Leisure Research, pp 28-39

Jackson, Susan A. - Csíkszentmihályi, Mihály (1999): Sport és flow – Az optimális élmény, Vince Kiadó, Budapest

Kamphorst, Tens J. – Roberts, Kenneth (1989): Discussion and Conclusions, In: Trends in Sport, A multinational perspective, Edited by Tens J. Kamphorst, Kenneth Roberts, Giordano Bruno Culemborg

Kassarjian, Harold H (1977): Content Analysis in Consumer Research, Journal of Consumer Research, Vol. 4 June

Katzmarzyk, Peter T - Gledhill, Norman – Shephard Roy J. (2002): The Economic Burden of Physical Inactivity in Canada, Canadian Medical Association Journal, November 28, 2002; Vol. 163, Nr. 11; pp. 1435-1440

Kelly, John R. (1972): Work and leisure: A simplified paradigm, Journal of Leisure Research, Vol. 4, Nr. 1, pp. 50 - 62

Kelly, John R. – Warnick, Rodney B. (1999): Recreation Trends and Markets: The 21st Century, Sagamore Pub Llc

Kelly, John R. – Godbey, Geoffrey (1992): The Sociology of Leisure, Venture Publishing, Inc. pp. 415-423

Kelly, John R. (1982): Leisure, Prentice-Hall, Inc. pp. 180-203

Kenyon, G – McPherson, B (1974): An Approach to the Study of Sport Socialization, International Review of Sport Sociology, pp. 127-138

Kew, Frank C: Játékszabályok és társadalomelmélet, In: Replika, 29. szám, 1998. március, 67-80 p

Kolbe, Richard H. – Burnett, Melissa S. (1991): Content-Analysis Research: An Examination of Applications with Directives for Improving Research Reliability and Objectivity, Journal of Consumer Research, Vol. 18 September

Koncz, Gábor (2000): A művelődésgazdaságtantól a kultúra-gazdaságtanig, In: Kultúra – Gazdaságtani Tanulmányok, Szerk: Daubner, Katalin - Horváth, Sándor - Petró, Katalin, pp 346-361, AULA

Kotler (1998): Marketing menedzsment, Műszaki Könyvkiadó, Budapest

Kovács, Tamás Attila (2002): A rekreáció fogalma, értelmezése. In: Válogatott tanulmányok a rekreációs képzés számára (szerk.: Dobozy László), Magyar Sporttudományi Társaság, Budapest

Kozma, Miklós – Nagy, Tamás (2002): Nagy pénz – kis foci avagy a paradigmaváltás lehetősége a magyar labdarúgásban, BKAE, 28. sz. Műhelytanulmány, Október

KSH Népmozgalmi adatok, 2006

KSH, Time use changes in Hungary, 2002

Kun, László - Sipos, Attila (1979): A sport Magyarországon, Kossuth

Kyle, Gerard – Chick, Garry (2002): The Social Nature of Leisure Involvement, Journal of Leisure Research, 4/ 2002, 426-448 pp.

Laios, Athanasios (1995): School versus non-school sports structure organization and function in Greece, Europe and the USA, International Journal of Educational Management, Vol. 09, Nr.1, pp 4-9

Laki, László – Nyerges, Mihály (1999): A budapesti és a falusi fiatalok sportolása. Sporttudomány, 1999/3. 3-11. old.

Laverie, Debra A. (1998): Motivations for Ongoing Participation in a Fitness Activity, Leisure Science, Nr. 20, 277-302 pp.

Loy, John W. Jr. (1968): The Nature of Sport: A Definitional Effort, Quest, 1968 May, pp. 1-15 In: Sport and the Body – A Philosophical Symposium, Edited by Ellen W. Gerber, Lea & Febiger

Magyari Beck, István (2000): Kultúra gazdaságtan pszichológia szempontból, In: Kultúra – Gazdaságtani Tanulmányok, Szerk: Daubner, Katalin - Horváth, Sándor - Petró, Katalin, pp 299-313, AULA

Magyari Beck, István (1994): Múzsák a piacon, AULA, Budapest

Makara, Peter (1994): Policy implications of differential health status in East and West Europe. The case of Hungary, Social Science & Medicine, Volume 39, Issue 9 , November 1994, Pages 1295-1302

Malhotra, Naresh, K. (1999): Marketingkutatás, KJK, Budapest

Martin, Douglas E. - Dodder, Richard A. (1991): Socialization Experiences and Level of Terminating Participation in Sports, Journal of Sport Behavior, Vol. 14, pp 113 – 127, June

Moore, R. L. - Moschis, G. P. (1983): Role of Mass Media and the Family in Development of Consumption Norms, Journalism Quarterly, pp 67 - 73

Mullin, Bernard J. - Hardy, Stephen - Sutton, William A. (1993): Sport Marketing, Human Kinetics Publisher

Mulvihill, Caroline – Rivers, Kim – Aggleton, Peter (2000): Views of young people towards physical activity: determinants and barriers to involvement, Health Education, Vol. 100, Nr. 5, pp 190-199

Musgrave, R. (1987): Merit goods, The new palgrave dictionary of economics, 3, London, pp. 452-453

Nádori, László (2002): Útmutató az Európai Unió és a sport regionális konferenciákhoz, A konferenciasorozatot rendezi: Gyermek, Ifjúsági és Sportminisztérium

Nagy, György (1973): Sport és pszichológia, Budapest

Nagy, Péter (1995): Bevezetés a professzionális sport közgazdaságtanába. In: Új utak a közgazdasági, üzleti és társadalomtudományi képzésben. BKE Jubileumi Konferencia 1995, Budapest, I. kötet 488-493. o.

Nagy, Péter (1996): A sport és a rekreáció közgazdaságtana. Oktatási segédanyag, BKE

Neulinger, John (1974): The psychology of leisure, Springfield

Neulinger, Ágnes (2001): Fogyasztói értékek és vásárlói magatartás – a means-end chain elmélet bemutatása. Marketing & Menedzsment, 2001/ 1. pp 30-35

Neulinger Ágnes (2002): Nők és férfiak a szabadidősportban, (konferencia előadás) Nő és férfi, férfi és nő - A társadalmi nemek kutatása Magyarországon az ezredfordulón, 2002. november 22-23, Budapest

Neulinger, Ágnes (2003): Szabadidősport a nyomtatott médiában, IV. Országos Sporttudományi Kongresszus, Szombathely, 2003, in: Konferencia kötet I., 2005 pp. 52-58

Oláh, Zsolt – Makszin, Imre (2005): A tanulók viszonyulása a testneveléshez és a testnevelési osztályzatokhoz, Magyar Sporttudományi Szemle, Vol. 6, Nr. 21, pp. 23-26,

Parkhouse, Bonnie L. (1991): The Management of Sport – It's Foundation and Application, Mosby-Year Book, Inc.

Petró, Katalin (2000): A kulturális javak gazdasági jellemzői, In: Kultúra – Gazdaságtani Tanulmányok, Szerk: Daubner, Katalin - Horváth, Sándor - Petró, Katalin, pp 16-32, AULA, Budapest

Petró, Katalin (2000): A kulturális javak kereslete, In: Kultúra – Gazdaságtani Tanulmányok, Szerk: Daubner, Katalin - Horváth, Sándor - Petró, Katalin pp 33-51, AULA

Pikó, Bettina (2002): Egészségszociológia, Új Mandátum, Budapest

Pikó, Bettina (2003): Kultúra, társadalom és lélektan, Pszi-könyvek, Akadémiai Kiadó

Pluhár, Zsuzsanna – Pikó, Bettina (2003): A sport előfordulása és esetleges protektív hatása fiatalok körében. Magyar Sporttudományi Szemle, Nr. 1. 26-29. old.

Pluhár, Zsuzsanna – Keresztes, Noémi – Pikó, Bettina (2003): "Ép testben ép lélek". Középiskolások értékrendje fizikai aktivitásuk tükrében. Magyar Sporttudományi Szemle, Nr. 2. 29-33. old.

Polonyi, Gábor (1998): A sportolás és a testmozgás társadalmi összefüggései. In: Társadalmi tény-kép (szerk.: Szívós Péter – Tóth István György). TÁRKI, Budapest

Polonyi, Gábor (1998): Társadalmi tény-kép, Szerk: Szívós Péter, Tóth István György, TÁRKI, Budapest

Rekettye, Gábor (1999): Értékteremtés a marketingben, KJK

Richards, Greg (1996): Skilled Consumption and UK Ski Holidays, Tourism Management, Vol. 17, No 1, pp 25-34

Scitovsky, Tibor (2000): Az unalom – miből fakad és hova vezet, In: Kultúra – Gazdaságtani Tanulmányok, Szerk: Daubner, Katalin - Horváth, Sándor - Petró, Katalin, pp 362-370, AULA

Scitovsky, Tibor (1976): The Joyless Economy, Oxford Press

Sebők, Csilla (2003): A fiatalok sportolási szokásai, illetve ennek hatásai az egészséget befolyásoló tényezőkre. Kézirat. Budapest

Shank, Matthew D. (2002): Sportmarketing, Prentice Hall

Shaw, S. M. (1989): Fitness and wellness for young women: The image paradox, Recreation Canada, Vol. 47, Nr. 2, 1989, pp. 33-38.

Slusher, Howard S. (1972): Characteristics of Sport, In: Sport and the Body, A philosophical Symposium, Edited by Ellen W. Gerber, Lea & Febiger

Snyder, E. – Spreitzer, E. (1973): Family Influence and Involvement in Sports, Research Quarterly, 44 (3), pp. 249 - 255

Soucie, Daniel (1998): Sport management: A New Discipline in Sport Sciences, In: Research in Sport Management: Implications for Sport Administration, Sport Science Studies 9, Edited by Daniel Soucie, Verlag Karl Hofmann

Stokowski, Patricia A. (1995): Leisure in Society – A Network Structural Perspective, Mansell Publishing Limited, New York

Szabó, Ágnes (2004): A szabadidősport fontossága és megjelenési formái társadalmunkban, különös tekintettel az egyetemistákra, TDK dolgozat, Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem

Takács, Ferenc (1979): Ép testben, Móra

Takács Ferenc (2003): Korunk kulturális trendjei és a testkultúra, IV. Országos Sporttudományi Kongresszus, Szombathely, 2003, in: Konferencia kötet I., 2005 pp. 37-43

Tamás, Tibor (1998): Homo ludens-e a sportoló, In: Replika, 29. szám, 1998. március, 27-40

Tibori, Tímea (2001): Kulturális és értékváltozások a 90-es években, Kézirat

Törőcsik, Mária (1998): Funkcionális és szimbolikus fogyasztás, Marketing és Menedzsment, Vol. 32, pp. 45-50, 1998. október

Veres, Zoltán (1998): Szolgáltatásmarketing, Műszaki Könyvkiadó, Budapest

Vitányi, Iván (2000): Az életmód, az életvitel, a kultúra és a tudat átalakulása, Ezredforduló, Nr. 3, 14-18 pp.

Vitrai, József – Mihalicza, Péter (2006): Egészségi állapot, in: Társadalmi riport, 2006, szerk: Kolosi Tamás, Tóth István György, Vukovich György, TÁRKI, Budapest

Wann, Daniel L. (1997): Sport psychology, Prentice Hall Inc. pp. 2-3, 42-55

Williams, Raymond (2003): Kultúra, In: A kultúra szociológiája, Szerk: Wessely, Anna, pp. 28-32, Osiris

Williams, Raymond (2003): A kultúra elemzése, In: A kultúra szociológiája, Szerk: Wessely, Anna, pp. 33-40, Osiris

Wilson, Thomas C (2002): The paradox of social class and sports involvement, International Review for the Sociology of Sport, Nr. 37, pp5-16

Woolger, Christi – Power, Thomas G. (1993): Parent and Sport Socialization: Views from the achievement literature, Journal of Sport Behavior, Vol. 16, Sept, pp 171 - 190

Yoh, Taeho (2005): Parent, Peer and TV Influences in Teen Athletic Shoe Purchasing, Sport Journal, Vol 8, Winter,
[www.thesportjournal.org/2005 Journal/Vol8-No1/taeho_yo.asp](http://www.thesportjournal.org/2005%20Journal/Vol8-No1/taeho_yo.asp)

Zaichkowsky, J. L. (1975): Measuring the Involvement Construct, Journal of Marketing Research, 12/ 1975, 342-352 pp.

INTERNETES FORRÁSOK

www.gfk.hu GfK Piackutató Intézet, Legkedveltebb szabadidő eltöltési módok
<http://www.livingwell.buffalo.edu/well.shtml>, Don Ardell, University at Buffalo
<http://members.tripod.com/net-tanc/sporttor.htm> - 2000. évi CXLV. törvény a sportról
http://www.tacd.org/events/ge2/a_somhegyi.ppt#322,1, Policies to tackle obesity in Hungary
dr. Somhegyi Annamária
<http://www.socio.mta.hu/konferenciak/Somhegyi%20Annamaria.ppt#274,1>,
Gyermekek egészségfejlesztése az iskolában, dr. Somhegyi Annamária
<http://www.ionf.org/POLICY/SLIDES/james.pdf> - Philip James, EU Conference on Obesity, 2002
<http://nsh.hu/index.php?id=461> – 2004. évi I. törvény a sportról és a 2000. évi CXLV. törvény a sportról
<http://www.fsz.bme.hu/mtsz/torveny/sport.htm> -1996. évi LXIV. törvény a sportról
www.fashion.hu
www.nh.hu
www.nemzetisport.hu/sportgazdasag; Neulinger Ágnes (2003): Ahol nincsenek vesztesek – a szabadidősport piac elemzése, Nemzeti Sport Online, 2003. április 25.

EGYÉB FORRÁSOK

Ifjúság 2000 kutatás adatbázisának másodelemzése
Szonda Ipsos Kutatóintézet: Előzetes adatok. A sportolási szokások Magyarországon 2003-ban c. vizsgálatból, 2003. június
Medián Kutatóintézet: Szabadidő, HVG Melléklet: 2000. dec. 69. old.
MédiaAnalízis, 1996 – 2006
GfK, 1998: A magyar lakosság sportolása, adatbázis másodelemzés

1. Melléklet: Mélyinterjú vázlat

MÉLYINTERJÚ GUIDE

Bevezető szöveg:

Az elkövetkező bő egy órában a sportról, sportolásról fogunk beszélgetni. Nincsenek jó és rossz válaszok, bátran mondjátok azt, ami az eszetekbe jut.

Először azt kérem, hogy röviden mutakozzatok be.

1. Mi az első dolog, ami eszetekbe jut a sportról, sportolásról?
2. Milyen pozitív és negatív dolgok jutnak az eszetekbe?
3. Idézzetek fel egy emléket, amikor sportoltok. Milyen érzés? Hol vagytok? Mit csináltok, hogyan, kivel? Mennyire tipikus ez az élmény?
4. Melyek a kedvenc sportágaitok?
5. Milyen sportágakat próbáltatok már ki? Van, amit szeretnétek kipróbálni? Miért nem tettétek meg még ki?
6. Mikor sportoltatok a legintenzívebben, leginkább? Ez milyen volt? Pozitív, negatív élmények? Miért?
7. Mi az, ami rávesz benneteket a sportolásra?
8. Mi az, ami taszít, amiért nem sportoltok?
9. Családotokban sportol valaki? Ki? Mit? Mióta? Mit jelent ez nektek? Együtt szoktatok sportolni? Miért csatlakoztok/ nem csatlakoztok hozzá?
10. Barátok sportolnak? Mit? Mióta? Mit jelent ez nektek? Együtt szoktatok sportolni? Miért csatlakoztok/ nem csatlakoztok hozzá?
11. Mennyire jellemző rátok, illetve a környezetetekre a sportesemények látogatása?
12. Milyen volt a sport az iskolában? Általános – közép – egyetem? A tanáraitokat szerettétek? Volt nemek szerinti bontás? Hogyan telt egy óra? Hány sportágat próbáltatok ki? Mi volt a jó és a rossz az iskolai testnevelésben?
13. Meséljete egy kicsit arról, hogy miként élitek/ éltétek meg az egyetemista életet? Változott valami? Ha igen, akkor mi volt a legfontosabb változás? Milyen életmóddal jár/ járt együtt egyetemistának lenni? Hogyan kapott szerepet a sport?
14. Meséljete egy kicsit arról, hogy miként éltétek meg azt, amikor először főállásként munkába álltatok? Változott valami? Ha igen, akkor mi volt a legfontosabb változás? Milyen életmóddal jár együtt dolgozó embernek lenni? Hogyan kapott szerepet a sport?
15. Nehéz sportolni vagy könnyű?
16. Mi kell/ kellene ahhoz, hogy rendszeresen sportoljatok? És még?

Köszönöm a részvételeket, a segítséget!

2. Melléklet: A tartalomelemzés során azonosított, kategorizált elemek

1. kor
2. nem
3. nem
4. sport pozitív 1. említés
5. sport pozitív 2. említés
6. sport negatív 1. említés
7. sport negatív 2. említés
8. érzések a sportoláshoz kötődően 1. említés
9. érzések a sportoláshoz kötődően 2. említés
10. sport és én 1. említés
11. sport és én 2. említés
12. első emlék sportág
13. első emlék kivel
14. első emlék + vagy -
15. első emlék hol
16. mióta sportol
17. sportágkódok
18. sportág gyerekkor (összes említett sportág)
19. sportág iskoláskor (összes említett sportág)
20. sportág1 most
21. sportág2 most
22. sportág3 most
23. milyen gyakran sportol most
24. apa és sport
25. anya és sport
26. testvér és sport
27. testvér sportág
28. barátok és sport
29. barátok sportág (összes említett sportág)
30. iskola felszereltség
31. iskolában hányféle sportág
32. testnevelésóra + vagy -
33. részt vett-e versenyeken
34. sport nélkül a világ 1 – 4 említés
35. ha nem sportol miért? 1 – 2 említés
36. otthoni sporteszközök
37. kivel sportol 1. említés
38. kivel sportol 2. említés
39. érvek a sport mellett 1 – 4 említés
40. érvek a sport ellen 1 – 4 említés

3. Melléklet: A tartalomelemzés alaptáblái

Életkor

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21,00	9	11,3	14,3	14,3
	22,00	23	28,8	36,5	50,8
	23,00	22	27,5	34,9	85,7
	24,00	5	6,3	7,9	93,7
	25,00	2	2,5	3,2	96,8
	26,00	2	2,5	3,2	100,0
	Total	63	78,8	100,0	
Missing	System	17	21,3		
Total		80	100,0		

Nem

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	férfi	35	43,8	44,3	44,3
	nő	44	55,0	55,7	100,0
	Total	79	98,8	100,0	
Missing	System	1	1,3		
Total		80	100,0		

Érzések a sportoláshoz kötődően

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	lelkesültség	9	11,3	34,6	34,6
	viszolygás	2	2,5	7,7	42,3
	siker, sikerélmények	5	6,3	19,2	61,5
	kudarcc, frusztráció	1	1,3	3,8	65,4
	szükségesség	3	3,8	11,5	76,9
	összetartozás	1	1,3	3,8	80,8
	büszkeség	5	6,3	19,2	100,0
	Total	26	32,5	100,0	
Missing	System	54	67,5		
Total		80	100,0		

‘Sport és én’ – az egyén viszonya a sporthoz

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	mindig része volt az életemnek, nagyon fontos, sportrajongó,	22	27,5	34,9	34,9
	szeretem	10	12,5	15,9	50,8
	vegyes érzelmek	12	15,0	19,0	69,8
	tudom, hogy szükséges, hasznos	8	10,0	12,7	82,5
	nem szeretem, nem fontos	5	6,3	7,9	90,5
	kellemes, jó dolog, jó élményeim vannak	6	7,5	9,5	100,0
	Total	63	78,8	100,0	
Missing	System	17	21,3		
Total		80	100,0		

Első sportélmény - sportág

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	futball	7	8,8	10,3	10,3
	kerékpár	7	8,8	10,3	20,6
	kosárlabda	2	2,5	2,9	23,5
	úszás	13	16,3	19,1	42,6
	lovaglás	3	3,8	4,4	47,1
	torna	6	7,5	8,8	55,9
	jégkorcsolya	2	2,5	2,9	58,8
	futás	4	5,0	5,9	64,7
	labdajátékok	5	6,3	7,4	72,1
	rsg	2	2,5	2,9	75,0
	tánc (társas, népi)	1	1,3	1,5	76,5
	sielés, snowboard	3	3,8	4,4	80,9
	művészitorna	2	2,5	2,9	83,8
	judo	3	3,8	4,4	88,2
	balett, jazzbalett	1	1,3	1,5	89,7
	atlétika	2	2,5	2,9	92,6
	kézilabda	2	2,5	2,9	95,6
	sakk	1	1,3	1,5	97,1
	szertorna	1	1,3	1,5	98,5
	vitorlázás, szörfözés	1	1,3	1,5	100,0
	Total	68	85,0	100,0	
Missing	System	12	15,0		
Total		80	100,0		

Első sportélmény - kivel

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	család	10	12,5	29,4	29,4
	szülők	16	20,0	47,1	76,5
	barátok	4	5,0	11,8	88,2
	egyedül	3	3,8	8,8	97,1
	idegenekkel	1	1,3	2,9	100,0
	Total	34	42,5	100,0	
Missing	System	46	57,5		
Total		80	100,0		

Első sportélmény - hol

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	versenyen részt vesz	8	10,0	11,0	11,0
	szabadidőben végzett	52	65,0	71,2	82,2
	iskola, óvoda	8	10,0	11,0	93,2
	sport nézése	5	6,3	6,8	100,0
	Total	73	91,3	100,0	
Missing	System	7	8,8		
Total		80	100,0		

Első sportélmény - irány

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pozitív	54	67,5	81,8	81,8
	negatív	12	15,0	18,2	100,0
	Total	66	82,5	100,0	
Missing	System	14	17,5		
Total		80	100,0		

Mióta sportol rendszeresen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	gyerekkor	22	27,5	75,9	75,9
	tinédzserkor	2	2,5	6,9	82,8
	fiatal felnőtt kor	5	6,3	17,2	100,0
	Total	29	36,3	100,0	
Missing	System	51	63,8		
Total		80	100,0		

Milyen gyakran sportol

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	soha	10	12,5	13,3	13,3
	ritkán	19	23,8	25,3	38,7
	rendszeresen	7	8,8	9,3	48,0
	hetente	24	30,0	32,0	80,0
	hetente többször	15	18,8	20,0	100,0
	Total	75	93,8	100,0	
Missing	System	5	6,3		
Total		80	100,0		

Szülők és a sport

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rendszeresen sportol	4	5,0	13,8	13,8
	ritkán sportol	4	5,0	13,8	27,6
	régebben, fiatalkorában sportolt	6	7,5	20,7	48,3
	szereti a sportot, támogató	12	15,0	41,4	89,7
	nem támogató	3	3,8	10,3	100,0
	Total	29	36,3	100,0	
Missing	System	51	63,8		
Total		80	100,0		

Barátok és a sport

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	fontos a sport, jellemzően sportolnak	18	22,5	25,0	25,0
	a sport inkább fontos	23	28,8	31,9	56,9
	vegyes	19	23,8	26,4	83,3
	a sport inkább nem fontos	11	13,8	15,3	98,6
	a sport egyáltalán nem fontos	1	1,3	1,4	100,0
	Total	72	90,0	100,0	
Total		80	100,0		

Az iskolai testnevelés megítélése

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	nagyon negatív	1	1,3	4,3	4,3
	inkább negatív	11	13,8	47,8	52,2
	semleges, vegyes	3	3,8	13,0	65,2
	inkább pozitív	5	6,3	21,7	87,0
	nagyon pozitív	3	3,8	13,0	100,0
	Total	23	28,8	100,0	
Missing	System	57	71,3		

Ha nem szerette a testnevelést, akkor miért

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	erőltetés, nincs választás	5	6,3	38,5	38,5
	osztályzás (negatív)	3	3,8	23,1	61,5
	sporttagozat	2	2,5	15,4	76,9
	laza órák	3	3,8	23,1	100,0
	Total	13	16,3	100,0	
Missing	System	67	83,8		

Versenyzett valaha?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	igen	26	32,5	68,4	68,4
	igen, iskolai tornák	9	11,3	23,7	92,1
	nem	3	3,8	7,9	100,0
	Total	38	47,5	100,0	
Missing	System	42	52,5		

A sporthoz kötődő pozitív elemek

Category label	Code	Count	Pct of Resp.	Pct of Cases
öröm	1	8	6,2	11,3
energetizál, felüdít, felfrissít	2	19	14,6	26,8
verseny, győzelem	3	5	3,8	7
természetben	4	2	1,5	2,8
siker, sikerélmény	5	3	2,3	4,2
kikapcsolódás, szórakozás	6	12	9,2	16,9
egészség	8	18	13,8	25,4
átélés, összpontosítás, koncentráció	9	5	3,8	7
megmozgat, átmozgat, fizikai tevékenység	10	10	7,7	14,1
feszültségek levezetése, stresszoldás	11	4	3,1	5,6
küzdénitűdás, erő, önbizalom, kihívás	12	8	6,2	11,3
alakmegőrzés, javítás	13	4	3,1	5,6
társaság, csapatjáték	14	15	11,5	21,1
játékosság	15	7	5,4	9,9
fejleszt, nevel	16	3	2,3	4,2
jobb közérzet, kiegyensúlyozottság	18	3	2,3	4,2
fizikai fittség, állóképesség, kondi	19	4	3,1	5,6
Total responses		130	100	183,1
9 missing cases; 71 valid cases				

A sporthoz kötődő negatív elemek

Category label	Code	Count	Pct of Resp.	Pct of Cases
kötelezőség, kényszer	1	10	26,3	37
unalmas	2	3	7,9	11,1
megerőltető, fárasztó	3	7	18,4	25,9
nem látszik az eredmény	4	1	2,6	3,7
kudarcc, ügyetlenség	5	5	13,2	18,5
sérülések	6	2	5,3	7,4
időigényes	7	1	2,6	3,7
költséges	8	1	2,6	3,7
visszaélések, csalások, dopping	9	2	5,3	7,4
túlzások, megerőltetés, mánia	10	2	5,3	7,4
durvaság, agresszió	11	1	2,6	3,7
elűzletesedés	12	1	2,6	3,7
önfegyelmet kíván	13	1	2,6	3,7
kedvezőtlen körülmények	14	1	2,6	3,7
Total: 53 missing cases; 27 valid cases	responses	38	100	140,7

Gyermekkorban űzött sportágak

Category label	Code	Count	Pct of Resp.	Pct of Cases
futball	1	18	11,8	25,4
kerékpár	2	18	11,8	25,4
kosárlabda	3	6	3,9	8,5
úszás	4	24	15,8	33,8
lovaglás	5	2	1,3	2,8
torna	6	4	2,6	5,6
jégkorcsolya	7	6	3,9	8,5
futás	8	3	2	4,2
labdajátékok	9	5	3,3	7
rsg	10	3	2	4,2
tánc (társas, népi)	11	7	4,6	9,9
síelés, snowboard	12	11	7,2	15,5
művészitorna	13	6	3,9	8,5
judo	14	2	1,3	2,8
túrázás	15	1	0,7	1,4
balett, jazzbalett	16	7	4,6	9,9
kézilabda	18	3	2	4,2
sakk	19	1	0,7	1,4
szertorna	20	2	1,3	2,8
kondi, erősítés	24	1	0,7	1,4
tenisz	25	4	2,6	5,6
jégkorong	26	1	0,7	1,4
karate, küzdősportok	28	3	2	4,2
öttusa	29	1	0,7	1,4
kickbox	30	1	0,7	1,4
asztalitenisz	31	2	1,3	2,8
tollaslabda	32	1	0,7	1,4
röplabda	33	5	3,3	7
evezés	35	2	1,3	2,8
vitórlázás, szörfözés	39	1	0,7	1,4
Total: 9 missing cases; 71 valid cases	responses	152	100	214,1

Iskoláskorban űzött sportágak

Category label	Code	Count	Pct of Resp.	Pct of Cases
futball	1	19	8,5	27,1
kerékpár	2	10	4,5	14,3
kosárlabda	3	24	10,8	34,3
úszás	4	20	9	28,6
lovaglás	5	4	1,8	5,7
torna	6	1	0,4	1,4
jégkorcsolya	7	4	1,8	5,7
futás	8	17	7,6	24,3
tánc (társas, népi)	11	10	4,5	14,3
síelés, snowboard	12	7	3,1	10
művészitorna	13	4	1,8	5,7
judo	14	1	0,4	1,4
túrázás	15	2	0,9	2,9
balett, jazzbalett	16	2	0,9	2,9
atlétika	17	8	3,6	11,4
kézilabda	18	9	4	12,9
szertorna	20	4	1,8	5,7
aerobik, fitnesz	21	9	4	12,9
kondi, erősítés	24	10	4,5	14,3
tenisz	25	13	5,8	18,6
jégkorong	26	2	0,9	2,9
görcsolya	27	3	1,3	4,3
karate, küzdősportok	28	9	4	12,9
asztalitenisz	31	5	2,2	7,1
tollaslabda	32	1	0,4	1,4
röplabda	33	13	5,8	18,6
evezés	35	2	0,9	2,9
kajak, kenu	36	3	1,3	4,3
floorball, korfball	37	1	0,4	1,4
barlangászás	38	1	0,4	1,4
vitórlázás, szörfözés	39	2	0,9	2,9
szikla/ fal/ hegymászás	41	2	0,9	2,9
squash	42	1	0,4	1,4
Total	responses	223	100	318,6
10 missing cases; 70 valid cases				

Jelenleg űzött sportágak

Category label	Code	Count	Pct of Resp.	Pct of Cases
futball	1	13	9,8	19,4
kerékpár	2	15	11,4	22,4
kosárlabda	3	8	6,1	11,9
úszás	4	13	9,8	19,4
lovaglás	5	1	0,8	1,5
torna	6	5	3,8	7,5
jégkorcsolya	7	3	2,3	4,5
futás	8	15	11,4	22,4
tánc (társas, népi)	11	1	0,8	1,5
síelés, snowboard	12	11	8,3	16,4
túrázás	15	1	0,8	1,5

aerobik, fitnessz	21	12	9,1	17,9
gyaloglás	22	1	0,8	1,5
jóga	23	1	0,8	1,5
kondi, erősítés	24	15	11,4	22,4
tenisz	25	7	5,3	10,4
görcsolya	27	1	0,8	1,5
asztalitenisz	31	2	1,5	3
tollaslabda	32	1	0,8	1,5
röplabda	33	1	0,8	1,5
floorball, korfball	37	1	0,8	1,5
vitórlázás, szörfözés	39	1	0,8	1,5
szikla/ fal/ hegymászás	41	1	0,8	1,5
squash	42	1	0,8	1,5
búvárkodás	43	1	0,8	1,5
Total	responses	132	100	197
13 missing cases; 67 valid cases				

A barátok által üzött sportágak

Category label	Code	Count	Pct of Resp.	Pct of Cases
futball	1	23	20	46,9
kerékpár	2	7	6,1	14,3
kosárlabda	3	11	9,6	22,4
úszás	4	6	5,2	12,2
torna	6	1	0,9	2
jégkorcsolya	7	1	0,9	2
futás	8	11	9,6	22,4
tánc (társas, népi)	11	2	1,7	4,1
síelés, snowboard	12	4	3,5	8,2
judo	14	1	0,9	2
túrázás	15	1	0,9	2
kézilabda	18	3	2,6	6,1
aerobik, fitnessz	21	18	15,7	36,7
kondi, erősítés	24	7	6,1	14,3
tenisz	25	9	7,8	18,4
röplabda	33	1	0,9	2
evezés	35	1	0,9	2
vitórlázás, szörfözés	39	1	0,9	2
teke, bowling	40	1	0,9	2
szikla/ fal/ hegymászás	41	3	2,6	6,1
squash	42	3	2,6	6,1
Total	responses	115	100	234,7
31 missing cases; 49 valid cases				

Kivel szokott sportolni?

Category label	Code	Count	Pct of Resp.	Pct of Cases
egyedül	1	15	29,4	39,5
barátok	2	33	64,7	86,8
család	3	1	2	2,6
testvér	4	2	3,9	5,3
Total	responses	51	100	134,2
42 missing cases; 38 valid cases				

Sport nélkül a világ

Category label	Code	Count	Pct of Resp.	Pct of Cases
frusztrált, ideges, stresszes	1	12	10	19
kövér	2	24	20	38,1
beteg, egészségtelen	3	20	16,7	31,7
élményszegényebb	4	7	5,8	11,1
unalmas, szürke	5	13	10,8	20,6
kényelmes, lusta	6	10	8,3	15,9
erőszakos, agresszív	7	11	9,2	17,5
nem volna sportüzlet	8	5	4,2	7,9
nem tudom elképzelni	9	14	11,7	22,2
magányos	10	1	0,8	1,6
az élet nem állna meg	11	3	2,5	4,8
Total	responses	120	100	190,5
17 missing cases; 63 valid cases				

Miért nem sportol?

Category label	Code	Count	Pct of Resp.	Pct of Cases
időhiány	1	14	41,2	51,9
drága	2	2	5,9	7,4
lustaság	3	6	17,6	22,2
ügyetlenség	4	3	8,8	11,1
betegség, sérülés	5	5	14,7	18,5
társaságihiány	6	2	5,9	7,4
nincs rá szükségem	7	1	2,9	3,7
unalmas	8	1	2,9	3,7
Total	responses	34	100	125,9
53 missing cases; 27 valid cases				

Érvek a sport mellett

Category label	Code	Count	Pct of Resp.	Pct of Cases
öröm	1	9	4	12,3
energetizál, felüdít, felfrissít	2	10	4,4	13,7
verseny, győzelem	3	7	3,1	9,6
siker, sikerélmény, büszkeség	5	3	1,3	4,1
kikapcsolódás, szórakozás	6	17	7,6	23,3
egészség	8	53	23,6	72,6
átélés, összpontosítás, koncentráció	9	2	0,9	2,7
megmozgat, átmozgat, fizikai tevékenység	10	6	2,7	8,2
feszültségek levezetése, stresszoldás	11	15	6,7	20,5
küzdenitűdés, erő, önbizalom, kihívás	12	8	3,6	11
alakmegőrzés, javítás	13	19	8,4	26
társaság, csapatjáték	14	31	13,8	42,5
játékosság	15	1	0,4	1,4
fejleszt, nevel (kitartásra, csapatmunkára)	16	18	8	24,7
jobb közérzet, kiegyensúlyozottság	18	10	4,4	13,7
fizikai fittség, állóképesség, kondi	19	16	7,1	21,9
Total	responses	225	100	308,2
7 missing cases; 73 valid cases				

Érvek a sport ellen

Category label	Code	Count	Pct of Resp.	Pct of Cases
nincs	1	8	6,5	11,8
sérülések, baleset	2	32	26	47,1
dopping	3	12	9,8	17,6
betegség	4	1	0,8	1,5
túlzások	5	21	17,1	30,9
profí sport negatívumai	6	7	5,7	10,3
elüzletesedés	7	8	6,5	11,8
időt vesz el	8	13	10,6	19,1
drága	9	11	8,9	16,2
megerőltető, fárasztó	10	4	3,3	5,9
kudarcélmények	11	1	0,8	1,5
erőltetés, muszály	13	2	1,6	2,9
unalmas, monoton	14	1	0,8	1,5
erőszak	15	2	1,6	2,9
Total	responses	123	100	180,9
12 missing cases; 68 valid cases				

4. Melléklet: Az országos lakossági kutatás kérdőíve

Kérd szá m	KÉRDÉS	VÁLASZ				Köv. kérd
A következő néhány percben sporttal kapcsolatos kérdéseket szeretnék feltenni.						
SZŰRŐ						
SP1	Milyen gyakran néz/ hallgat vagy olvas ... KÉRDEZŐ! OLVASSA FEL A VÁLASZLEHETŐSÉGEKET! SORONKÉNT EGY VÁLASZ LEHETSÉGES!					SP2
		gyakran	ritkán	soha	NT/NV	
1	sporthíreket újságban	1	2	3	9	
2	Sporthíreket tv/ rádióban	1	2	3	9	
3	sport hetilapot/magazint	1	2	3	9	
4	sportesemény közvetítést	1	2	3	9	
5	sporthíreket interneten	1	2	3	9	
SP2	Milyen gyakran szokott Ön szurkolóként sporteseményekre vagy sportmérkőzésekre járni? KÉRDEZŐ! OLVASSA FEL A VÁLASZLEHETŐSÉGEKET! CSAK EGY VÁLASZ LEHETSÉGES!	legalább hetente egyszer	1			SP3
		legalább havonta egyszer	2			
		legalább évente egyszer	3			
		ritkábban, mint évente	4			
		soha	5			
		NT/NV	6			
SP4	Milyen gyakran szokott sportolni? KÉRDEZŐ! OLVASSA FEL A VÁLASZLEHETŐSÉGEKET! CSAK EGY VÁLASZ LEHETSÉGES!	hetente 3-szor, vagy többször	1			SP5 SP8
		heti 1-2-szer	2			
		havonta többször	3			
		havonta	4			
		évente néhányszor	5			
		soha	6			
		NT/NV	9			
SP5	Kérem, hogy gondoljon azokra a sportágakra , amelyeket a leggyakrabban űz. Melyik ezek közül a három legfontosabb sportág? Rangsorban adja meg azt a hármat, amelyet a leggyakrabban gyakorol vagy végez. a) első említés b) második említés c) harmadik említés KÉRDEZŐ! NE OLVASSA FEL A VÁLASZLEHETŐSÉGEKET!	labdarúgás	1			SP6
		aerobic	2			
		kosárlabda	3			
		kerékpár	4			
		úszás	5			
		testépítés, kondizás	6			
		futás, kocogás	7			
		kézilabda	8			
		röplabda	9			
		tenisz	10			
		fallabda	11			
		jóga	12			
		otthoni torna	13			
		bowling	14			
		síelés	15			
		egyéb, éspedig.....	98			
		NT/NV	99			

SP6	Átlagosan mennyi időt tölt egy héten sportolással? KÉRDEZŐ! OLVASSA FEL A VÁLASZLEHETŐSÉGEKET ! CSAK EGY VÁLASZ LEHETSÉGES!		60 percnél kevesebbet 1 kb. egy - másfél órát 2 kb. 2-3 órát 3 3 óránál többet 4 NT/NV 9					SP7
SP7	Mióta sportol rendszeresen? KÉRDEZŐ! ÍRJA BE? HOGY HÁNY ÉVE, VAGY HOGY HÁNY ÉVES KORA ÓTA. CSAK AZ EGYIKET ÍRJA BE, AHOGY A KÉRDEZETT VÁLASZOL!		a) éve NT/NV – 99 b) éves korom óta NT/NV – 99					SP8
SP8	Most kérem, gondoljon a szülei, testvérei, gyermekei iskolai testnevelésórán kívüli , és a barátai sportolási szokásaira. Ha több mint három testvére vagy gyereke van, akkor gondoljon a három legidősebbre. A barátai közül pedig a három legfontosabb barátjára. Jelenleg milyen gyakran sportol az Ön-e? KÉRDEZŐ! OLVASSA FEL A VÁLASZLEHETŐSÉGEKET! SORONKÉNT EGY VÁLASZ LEHETSÉGES!							SP9
			Legalább hetente	Ritkábban, mint hetente	Nem szokott sportolni	NT/NV	nem vonatkozik rá
1	Partner/ házastárs	1	2	3	8	9	
2	Édesanya	1	2	3	8	9		
3	Édesapa	1	2	3	8	9		
4	Testvér 1	1	2	3	8	9		
5	Testvér 2	1	2	3	8	9		
6	Testvér 3	1	2	3	8	9		
7	Gyermek 2	1	2	3	8	9		
8	Gyermek 2	1	2	3	8	9		
9	Gyermek 3	1	2	3	8	9		
10	Barát 1	1	2	3	8	9		
11	Barát 2	1	2	3	8	9		
12	Barát 3	1	2	3	8	9		
SP9	Mennyire szeret Ön sportolni? KÉRDEZŐ! OLVASSA FEL A VÁLASZLEHETŐSÉGEKET! CSAK EGY VÁLASZ LEHETSÉGES!		Nagyon szeretek Szeretek Szeretek is meg nem is Inkább nem szeretek Egyáltalán nem szeretek NT/NV					SP 10

SP 10	PROG! CSAK AZOKTÓL KÉRDEZZE, AKIK SPORTOLNAK: SP4=1-4 Miért sportol Ön? Azért sportolok, mert KÉRDEZŐ! OLVASSA FEL A VÁLASZLEHETŐSÉGEKET! SORONKÉNT EGY VÁLASZ LEHETSÉGES!					SP 10a
		igen	nem		NT/NV	
	1	fontos számomra a jó erőnlét elérése, megtartása	1	2	9	
	2	fontos számomra a stressz levezetés	1	2	9	
	3	fontos számomra a testsúly kontroll, jó alak elérése és	1	2	9	
	4	a szüleim biztatnak	1	2	9	
	5	a barátaim is sportolnak	1	2	9	
	6	jó a társaság	1	2	9	
	7	a munkahelyemen elvárják	1	2	9	
	8	szeretek sportolni	1	2	9	
	9	számomra kikapcsolódást, szórakozást jelent	1	2	9	
	10	lehetőséget ad a versenyre, versengésre, győzelemre	1	2	9	
SP 11	Mit nem szeret a sportolásban? KÉRDEZŐ! NE OLVASSA FEL A VÁLASZLEHETŐSÉGEKET! TÖBB VÁLASZ LEHETSÉGES!	ilyen nincs, mindent szeretek benne időigényes fárasztó unalmas drága ügyetlennek érzem benne magamat semmit sem szeretek benne egyéb, éspedig..... NT/ NV	1 2 3 4 5 6 7 8 9			SP 12a
SP 12a	Kérem, hogy most gondoljon az iskolai testnevelésre . Mennyire szerette az iskolai testnevelés órákat az általános iskolában? KÉRDEZŐ! OLVASSA FEL A VÁLASZLEHETŐSÉGEKET! CSAK EGY VÁLASZ LEHETSÉGES!	Nagyon szerettem Inkább szerettem Szerettem is meg nem is Inkább nem szerettem Egyáltalán nem szerettem Nem jártam/NT/NV	5 4 3 2 1 9			SP 12b
SP 12b	És mennyire szerette az iskolai testnevelés órákat a szakiskolában vagy középiskolában? KÉRDEZŐ! OLVASSA FEL A VÁLASZLEHETŐSÉGEKET! CSAK EGY VÁLASZ LEHETSÉGES!	Nagyon szerettem Inkább szerettem Szerettem is meg nem is Inkább nem szerettem Egyáltalán nem szerettem Nem jártam/NT/NV	5 4 3 2 1 9			SP 12c
SP 12c	És mennyire szerette az iskolai testnevelés órákat a főiskolán, egyetemen? KÉRDEZŐ! OLVASSA FEL A VÁLASZLEHETŐSÉGEKET! CSAK EGY VÁLASZ LEHETSÉGES!	Nagyon szerettem Inkább szerettem Szerettem is meg nem is Inkább nem szerettem Egyáltalán nem szerettem Nem jártam/NT/NV	5 4 3 2 1 9			SP 13

SP 13	Volt nemek szerinti bontás az iskolai testnevelésórákon a/az KÉRDEZŐ! OLVASSA FEL A VÁLASZLEHETŐSÉGEKET! SORONKÉNT EGY VÁLASZ LEHETSÉGES!							SP 14
			igen	nem			Nem jártam/NT/NV
1	általános iskolában?	1	2				9	
2	középiskolában?	1	2				9	
3	főiskolán vagy egyetemen?	1	2				9	
SP 14	Mennyire szerette az iskolai testnevelő tanárát ? Ha több volt, akkor azt, aki a leghosszabb ideig oktatta. Kérem, használja az 1-től 5-ig terjedő skálát, ahol az 5 azt jelenti, hogy nagyon szerette, az 1 pedig, hogy egyáltalán nem szerette. A két érték között árnyalhatja véleményét. KÉRDEZŐ! OLVASSA FEL A VÁLASZLEHETŐSÉGEKET! SORONKÉNT EGY VÁLASZ LEHETSÉGES!							
		Egyáltalán nem szerettem				Nagyon szerettem	Nem jártam /NT/NV
1	Az általános iskolában?	1	2	3	4	5	9	
2	A középiskolában?	1	2	3	4	5	9	
3	A főiskolán vagy egyetemen?	1	2	3	4	5	9	

5. Melléklet: Az országos lakossági kutatás alaptáblái

SP1. Milyen gyakran néz/ hallgat vagy olvas ...sporthíreket újságban

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	gyakran	175	17,5	17,5	17,5
	ritkán	249	24,9	24,9	42,4
	soha	563	56,3	56,3	98,8
	NT/NV	12	1,2	1,2	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	

SP1. Milyen gyakran néz/ hallgat vagy olvas ...sporthíreket tv/ rádióban

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	gyakran	238	23,8	23,8	23,8
	ritkán	341	34,1	34,1	57,9
	soha	412	41,2	41,2	99,1
	NT/NV	9	,9	,9	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	

SP1. Milyen gyakran néz/ hallgat vagy olvas ...sport hetilapot/magazint

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	gyakran	62	6,2	6,2	6,2
	ritkán	181	18,1	18,1	24,3
	soha	743	74,3	74,3	98,6
	NT/NV	14	1,4	1,4	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	

SP1. Milyen gyakran néz/ hallgat vagy olvas ...sportesemény közvetítést

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	gyakran	271	27,1	27,1	27,1
	ritkán	340	34,0	34,0	61,1
	soha	379	37,9	37,9	99,0
	NT/NV	10	1,0	1,0	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	

SP1. Milyen gyakran néz/ hallgat vagy olvas ...sporthíreket interneten

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	gyakran	40	4,0	4,0	4,0
	ritkán	68	6,8	6,8	10,8
	soha	842	84,2	84,2	94,9
	NT/NV	51	5,1	5,1	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	

SP2. Milyen gyakran szokott Ön szurkolóként sporteseményekre vagy sportmérkőzésekre járni?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	legalább hetente egyszer	33	3,3	3,3	3,3
	legalább havonta egyszer	54	5,4	5,4	8,7
	legalább évente egyszer	93	9,3	9,3	18,0
	ritkábban, mint évente	119	11,9	11,9	29,9
	soha	692	69,2	69,2	99,1
	NT/NV	9	,9	,9	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	

SP4. Milyen gyakran szokott sportolni?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	hetente 3-szor, vagy többször	57	5,7	5,8	5,8
	heti 1-2-szer	83	8,3	8,3	14,1
	havonta többször	48	4,8	4,8	18,9
	havonta	25	2,5	2,5	21,4
	évente néhányszor	93	9,3	9,3	30,7
	soha	690	69,0	69,3	100,0
	Total	996	99,6	100,0	
Missing	NT/NV	4	,4		
Total		1000	100,0		

SP6. Átlagosan mennyi időt tölt egy héten sportolással?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	60 percnél kevesebbet	41	4,1	19,0	19,0
	kb. egy -másfél órát	67	6,7	31,3	50,4
	kb. 2-3 órát	57	5,7	26,8	77,2
	3 óránál többet	48	4,8	22,4	99,5
	NT/NV	1	,1	,5	100,0
	Total	213	21,3	100,0	
Missing	System	787	78,7		
Total		1000	100,0		

SP8. Jelenleg milyen gyakran sportol az Ön-e? Partner/ házastárs

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Legalább hetente	37	3,7	4,8	4,8
	Ritkábban, mint hetente	77	7,7	10,1	14,9
	Nem szokott sportolni	652	65,2	85,1	100,0
	Total	766	76,6	100,0	
Missing	NT/NV	234	23,4		
Total		1000	100,0		

SP8. Jelenleg milyen gyakran sportol az Ön-e? Édesanya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Legalább hetente	14	1,4	1,8	1,8
	Ritkábban, mint hetente	12	1,2	1,7	3,5
	Nem szokott sportolni	723	72,3	96,5	100,0
	Total	748	74,8	100,0	
Missing	NT/NV	252	25,2		

SP8. Jelenleg milyen gyakran sportol az Ön-e? Édesapa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Legalább hetente	12	1,2	1,7	1,7
	Ritkábban, mint hetente	11	1,1	1,5	3,2
	Nem szokott sportolni	698	69,8	96,8	100,0
	Total	721	72,1	100,0	
Missing	NT/NV	279	27,9		
Total		1000	100,0		

SP8. Jelenleg milyen gyakran sportol az Ön-e? Testvér 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Legalább hetente	62	6,2	8,4	8,4
	Ritkábban, mint hetente	49	4,9	6,7	15,1
	Nem szokott sportolni	621	62,1	84,9	100,0
	Total	732	73,2	100,0	
Missing	NT/NV	268	26,8		
Total		1000	100,0		

SP8. Jelenleg milyen gyakran sportol az Ön-e? Testvér 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Legalább hetente	17	1,7	2,9	2,9
	Ritkábban, mint hetente	21	2,1	3,5	6,4
	Nem szokott sportolni	569	56,9	93,6	100,0
	Total	608	60,8	100,0	
Missing	NT/NV	392	39,2		
Total		1000	100,0		

SP8. Jelenleg milyen gyakran sportol az Ön-e? Testvér 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Legalább hetente	5	,5	,8	,8
	Ritkábban, mint hetente	7	,7	1,3	2,2
	Nem szokott sportolni	543	54,3	97,8	100,0
	Total	555	55,5	100,0	
Missing	NT/NV	445	44,5		
Total		1000	100,0		

SP8. Jelenleg milyen gyakran sportol az Ön-e? Gyermek 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Legalább hetente	141	14,1	20,0	20,0
	Ritkábban, mint hetente	74	7,4	10,5	30,6
	Nem szokott sportolni	490	49,0	69,4	100,0
	Total	706	70,6	100,0	
Missing	NT/NV	294	29,4		

SP8. Jelenleg milyen gyakran sportol az Ön-e? Gyermek 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Legalább hetente	73	7,3	11,7	11,7
	Ritkábban, mint hetente	53	5,3	8,5	20,2
	Nem szokott sportolni	498	49,8	79,8	100,0
	Total	624	62,4	100,0	
Missing	NT/NV	376	37,6		

SP8. Jelenleg milyen gyakran sportol az Ön-e? Gyermekek 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Legalább hetente	18	1,8	3,4	3,4
	Ritkábban, mint hetente	14	1,4	2,7	6,1
	Nem szokott sportolni	495	49,5	93,9	100,0
	Total	527	52,7	100,0	
Missing	NT/NV	473	47,3		
Total		1000	100,0		

SP8. Jelenleg milyen gyakran sportol az Ön-e? Barát 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Legalább hetente	113	11,3	14,7	14,7
	Ritkábban, mint hetente	107	10,7	13,9	28,6
	Nem szokott sportolni	549	54,9	71,4	100,0
	Total	769	76,9	100,0	
Missing	NT/NV	231	23,1		
Total		1000	100,0		

SP8. Jelenleg milyen gyakran sportol az Ön-e? Barát 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Legalább hetente	89	8,9	11,9	11,9
	Ritkábban, mint hetente	98	9,8	13,1	25,1
	Nem szokott sportolni	561	56,1	74,9	100,0
	Total	749	74,9	100,0	
Missing	NT/NV	251	25,1		
Total		1000	100,0		

SP8. Jelenleg milyen gyakran sportol az Ön-e? Barát 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Legalább hetente	75	7,5	10,4	10,4
	Ritkábban, mint hetente	64	6,4	8,9	19,3
	Nem szokott sportolni	582	58,2	80,7	100,0
	Total	721	72,1	100,0	
Missing	NT/NV	279	27,9		
Total		1000	100,0		

SP9. Mennyire szeret Ön sportolni?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nagyon szeretek	87	8,7	8,7	8,7
	Szeretek	157	15,7	15,7	24,4
	Szeretek is meg nem is	151	15,1	15,1	39,4
	Inkább nem szeretek	158	15,8	15,8	55,3
	Egyáltalán nem szeretek	411	41,1	41,1	96,4
	NT/NV	36	3,6	3,6	100,0
	Total	1000	100,0	100,0	

SP12A. Mennyire szerette az iskolai testnevelés órákat az általános iskolában?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nagyon szerettem	329	32,9	33,5	33,5
	Inkább szerettem	261	26,1	26,6	60,2
	Szerettem is meg nem is	174	17,4	17,8	77,9
	Inkább nem szerettem	106	10,6	10,8	88,8
	Egyáltalán nem szerettem	110	11,0	11,2	100,0
	Total	980	98,0	100,0	
Missing	Nem jártam/NT/NV	20	2,0		
Total		1000	100,0		

SP12B. És mennyire szerette az iskolai testnevelés órákat a szakiskolában vagy középiskolában?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nagyon szerettem	219	21,9	27,2	27,2
	Inkább szerettem	223	22,3	27,7	54,9
	Szerettem is meg nem is	171	17,1	21,2	76,1
	Inkább nem szerettem	98	9,8	12,2	88,2
	Egyáltalán nem szerettem	95	9,5	11,8	100,0
	Total	805	80,5	100,0	
Missing	Nem jártam/NT/NV	195	19,5		
Total		1000	100,0		

SP12C. És mennyire szerette az iskolai testnevelés órákat a főiskolán, egyetemen?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nagyon szerettem	42	4,2	22,4	22,4
	Inkább szerettem	47	4,7	25,1	47,5
	Szerettem is meg nem is	36	3,6	19,1	66,6
	Inkább nem szerettem	25	2,5	13,5	80,1
	Egyáltalán nem szerettem	37	3,7	19,9	100,0
	Total	189	18,9	100,0	
Missing	Nem jártam/NT/NV	811	81,1		
Total		1000	100,0		

SP13. Volt nemek szerinti bontás az iskolai testnevelésórákon a/a/ általános iskolában?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	330	33,0	34,3	34,3
	Nem	632	63,2	65,7	100,0
	Total	962	96,2	100,0	
Missing	Nem jártam/NT/NV	38	3,8		
Total		1000	100,0		

SP13. Volt nemek szerinti bontás az iskolai testnevelésórákon a/a/ középiskolában?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	346	34,6	44,6	44,6
	Nem	431	43,1	55,4	100,0
	Total	777	77,7	100,0	
Missing	Nem jártam/NT/NV	223	22,3		
Total		1000	100,0		

SP13. Volt nemek szerinti bontás az iskolai testnevelésórákon a/az főiskolán vagy egyetemen?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	63	6,3	28,4	28,4
	Nem	158	15,8	71,6	100,0
	Total	221	22,1	100,0	
Missing	Nem jártam/NT/NV	779	77,9		
Total		1000	100,0		

SP14. Mennyire szerette az iskolai testnevelő tanárát? általános iskolában?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Egyáltalán nem szeretek	80	8,0	8,3	8,3
	Inkább nem szeretek	43	4,3	4,5	12,8
	Szeretek is meg nem is	205	20,5	21,3	34,1
	Szeretek	300	30,0	31,1	65,2
	Nagyon szeretek	335	33,5	34,8	100,0
	Total	963	96,3	100,0	
Missing	Nem jártam/NT/NV	37	3,7		
Total		1000	100,0		

SP14. Mennyire szerette az iskolai testnevelő tanárát? középiskolában?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Egyáltalán nem szeretek	67	6,7	8,7	8,7
	Inkább nem szeretek	35	3,5	4,5	13,2
	Szeretek is meg nem is	204	20,4	26,4	39,6
	Szeretek	254	25,4	33,0	72,6
	Nagyon szeretek	211	21,1	27,4	100,0
	Total	771	77,1	100,0	
Missing	Nem jártam/NT/NV	229	22,9		
Total		1000	100,0		

SP14. Mennyire szerette az iskolai testnevelő tanárát? főiskolán vagy egyetemen?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Egyáltalán nem szeretek	31	3,1	17,1	17,1
	Inkább nem szeretek	7	,7	3,7	20,8
	Szeretek is meg nem is	55	5,5	30,3	51,1
	Szeretek	46	4,6	25,1	76,1
	Nagyon szeretek	43	4,3	23,9	100,0
	Total	182	18,2	100,0	
Missing	Nem jártam/NT/NV	818	81,8		
Total		1000	100,0		

SP5. Mit sportol?

Category label	Code	Count	Pct of Resp.	Pct of Cases
labdarúgás	1	68	10,2	32
aerobic	2	25	3,7	11,6
kosárlabda	3	12	1,8	5,8
kerékpár	4	77	11,5	36,1
úszás	5	58	8,8	27,4
testépítés, kondizás	6	27	4	12,5
futás, kocogás	7	55	8,2	25,7
kézilabda	8	16	2,3	7,3
röplabda	9	7	1,1	3,5
tenisz	10	12	1,8	5,7
fallabda	11	4	0,6	1,9
jóga	12	4	0,6	2
otthoni torna	13	39	5,9	18,5
bowling	14	1	0,1	0,4
síelés	15	4	0,6	1,9
asztali tenisz	35	4	0,6	1,9
billiard	36	1	0,1	0,4
lövészet	40	1	0,2	0,6
rally	44	2	0,3	0,8
karate	51	3	0,4	1,4
kick box	53	1	0,1	0,4
horgászás	63	1	0,1	0,3
ügetés	64	1	0,1	0,4
gyaloglás	65	5	0,8	2,4
tornaóra	66	4	0,6	1,8
gyógytorna	67	6	0,9	2,7
Egyéb, éspedig.....	98	32	4,8	15,2
NT/NV	99	197	29,6	92,6
Total	responses	666	100	312,9
787 missing cases; 213 valid cases				

SP10. Miért sportol Ön?fontos számomra a jó erőnlét elérése, megtartása

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	177	17,7	84,9	84,9
	Nem	31	3,1	15,1	100,0
	Total	208	20,8	100,0	
Missing	NT/NV	5	,5		
	System	787	78,7		
	Total	792	79,2		
Total		1000	100,0		

SP10. Miért sportol Ön?fontos számomra a stressz levezetés

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	135	13,5	64,8	64,8
	Nem	73	7,3	35,2	100,0
	Total	208	20,8	100,0	
Missing	NT/NV	5	,5		
	System	787	78,7		
	Total	792	79,2		
Total		1000	100,0		

SP10. Miért sportol Ön?fontos számomra a testsúly kontroll, jó alak elérése és megtartása

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	158	15,8	76,1	76,1
	Nem	50	5,0	23,9	100,0
	Total	208	20,8	100,0	
Missing	NT/NV	5	,5		
	System	787	78,7		
	Total	792	79,2		
Total		1000	100,0		

SP10. Miért sportol Ön?a szüleim biztatnak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	40	4,0	20,3	20,3
	Nem	156	15,6	79,7	100,0
	Total	195	19,5	100,0	
Missing	NT/NV	18	1,8		
	System	787	78,7		
	Total	805	80,5		
Total		1000	100,0		

SP10. Miért sportol Ön?a barátaim is sportolnak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	120	12,0	58,4	58,4
	Nem	85	8,5	41,6	100,0
	Total	205	20,5	100,0	
Missing	NT/NV	8	,8		
	System	787	78,7		
	Total	795	79,5		
Total		1000	100,0		

SP10. Miért sportol Ön?jó a társaság

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	141	14,1	68,4	68,4
	Nem	65	6,5	31,6	100,0
	Total	206	20,6	100,0	
Missing	NT/NV	7	,7		
	System	787	78,7		
	Total	794	79,4		
Total		1000	100,0		

SP10. Miért sportol Ön?a munkahelyemen elvárják

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	24	2,4	12,1	12,1
	Nem	171	17,1	87,9	100,0
	Total	194	19,4	100,0	
Missing	NT/NV	19	1,9		
	System	787	78,7		
	Total	806	80,6		
Total		1000	100,0		

SP10. Miért sportol Ön?szeretek sportolni

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	167	16,7	81,2	81,2
	Nem	39	3,9	18,8	100,0
	Total	206	20,6	100,0	
Missing	NT/NV	7	,7		
	System	787	78,7		
	Total	794	79,4		
Total		1000	100,0		

SP10. Miért sportol Ön?számomra kikapcsolódást, szórakozást jelent

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	172	17,2	81,8	81,8
	Nem	38	3,8	18,2	100,0
	Total	210	21,0	100,0	
Missing	NT/NV	3	,3		
	System	787	78,7		
	Total	790	79,0		
Total		1000	100,0		

SP10. Miért sportol Ön?lehetőséget ad a versenyre,versengésre, győzelemre

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igen	64	6,4	32,2	32,2
	Nem	135	13,5	67,8	100,0
	Total	199	19,9	100,0	
Missing	NT/NV	14	1,4		
	System	787	78,7		
	Total	801	80,1		

SP11. Mit nem szeret a sportolásban?

Category label	Code	Count	Pct of Resp.	Pct of Cases
ilyen nincs, mindent szeretek benne	1	158	11,6	15,8
időigényes	2	256	18,8	25,6
fárasztó	3	258	19	25,8
unalmas	4	91	6,7	9,1
drága	5	65	4,8	6,5
ügyetlennek érzem benne magamat	6	120	8,9	12
semmit sem szeretek benne	7	180	13,3	18
egyéb, éspedig.....	8	71	5,2	7,1
NT/ NV	9	92	6,7	9,2
Total, 0 missing cases; 1.000 valid cases	responses	1291	100	135,9

6. Melléklet: A válaszadó és társas környezetének sportolása közötti összefüggések

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
partner/házastárs	nem sportol	Count	524,00	127,00	651,00
		% within partner/házastárs	80,49	19,51	100,00
		% within SP4_3	95,62	58,26	84,99
	sportol	Count	24,00	91,00	115,00
		% within partner/házastárs	20,87	79,13	100,00
		% within SP4_3	4,38	41,74	15,01
	Total	Count	548,00	218,00	766,00
		% within partner/házastárs	71,54	28,46	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	170,64	1,00	0,00		
Continuity Correction	167,73	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	154,61	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	170,42	1,00	0,00		
N of Valid Cases	766,00				
a		Computed only for a 2x2 table			
b		0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 32,73.			
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,47	0,00		
	Cramer's V	0,47	0,00		
N of Valid Cases		766,00			
a		Not assuming the null hypothesis.			
b		Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.			

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
anya	nem sportol	Count	501,0	221,0	722,0
		% within anya	69,4	30,6	100,0
		% within SP4_3	99,0	91,3	96,5
	sportol	Count	5,0	21,0	26,0
		% within anya	19,2	80,8	100,0
		% within SP4_3	1,0	8,7	3,5
	Total	Count	506,0	242,0	748,0
		% within anya	67,6	32,4	100,0
		% within SP4_3	100,0	100,0	100,0
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	28,9	1,0	0,0		
Continuity Correction	26,6	1,0	0,0		
Likelihood Ratio	26,9	1,0	0,0		
Fisher's Exact Test				0,0	0,0
Linear-by-Linear Association	28,8	1,0	0,0		
N of Valid Cases	748,0				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,41.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,20	0,0		
	Cramer's V	0,20	0,0		
N of Valid Cases		748,0			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
apa	nem sportol	Count	485,0	213,0	698,0
		% within apa	69,5	30,5	100,0
		% within SP4_3	99,2	91,8	96,8
	sportol	Count	4,0	19,0	23,0
		% within apa	17,4	82,6	100,0
		% within SP4_3	0,8	8,2	3,2
	Total	Count	489,0	232,0	721,0
		% within apa	67,8	32,2	100,0
		% within SP4_3	100,0	100,0	100,0
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	27,7	1,0	0,0		
Continuity Correction	25,4	1,0	0,0		
Likelihood Ratio	25,8	1,0	0,0		
Fisher's Exact Test				0,0	0,0
Linear-by-Linear Association	27,6	1,0	0,0		
N of Valid Cases	721,0				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,40.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,20	0,0		
	Cramer's V	0,2	0,0		
N of Valid Cases		721,0			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
testver1	nem sportol	Count	491,0	131,0	622,0
		% within testver1	78,9	21,1	100,0
		% within SP4_3	95,3	60,1	84,9
	sportol	Count	24,0	87,0	111,0
		% within testver1	21,6	78,4	100,0
		% within SP4_3	4,7	39,9	15,1
	Total	Count	515,0	218,0	733,0
		% within testver1	70,3	29,7	100,0
		% within SP4_3	100,0	100,0	100,0
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	148,1	1,0	0,0		
Continuity Correction	145,4	1,0	0,0		
Likelihood Ratio	136,0	1,0	0,0		
Fisher's Exact Test				0,0	0,0
Linear-by-Linear Association	147,9	1,0	0,0		
N of Valid Cases	733,0				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 33,01.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,45	0,0		
	Cramer's V	0,4	0,0		
N of Valid Cases		733,0			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
gyerek1	nem sportol	Count	405,0	85,0	490,0
		% within gyerek1	82,7	17,3	100,0
		% within SP4_3	75,4	50,6	69,5
	sportol	Count	132,0	83,0	215,0
		% within gyerek1	61,4	38,6	100,0
		% within SP4_3	24,6	49,4	30,5
	Total	Count	537,0	168,0	705,0
		% within gyerek1	76,2	23,8	100,0
		% within SP4_3	100,0	100,0	100,0
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig (2-sided)	Exact Sig (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	37,2	1,0	0,0		
Continuity Correction	36,0	1,0	0,0		
Likelihood Ratio	35,3	1,0	0,0		
Fisher's Exact Test				0,0	0,0
Linear-by-Linear Association	37,1	1,0	0,0		
N of Valid Cases	705,0				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 51,23.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,23	0,0		
	Cramer's V	0,2	0,0		
N of Valid Cases		705,0			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
barat1	nem sportol	Count	480,0	69,0	549,0
		% within barat1	87,4	12,6	100,0
		% within SP4_3	91,4	28,3	71,4
	sportol	Count	45,0	175,0	220,0
		% within barat1	20,5	79,5	100,0
		% within SP4_3	8,6	71,7	28,6
	Total	Count	525,0	244,0	769,0
		% within barat1	68,3	31,7	100,0
		% within SP4_3	100,0	100,0	100,0
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	325,3	1,0	0,0		
Continuity Correction	322,2	1,0	0,0		
Likelihood Ratio	322,9	1,0	0,0		
Fisher's Exact Test				0,0	0,0
Linear-by-Linear Association	324,8	1,0	0,0		
N of Valid Cases	769,0				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 69,80.				
Symmetric Measures					
	Value	Approx. Sig.			
Nominal by Nominal	Phi	0,65	0,0		
	Cramer's V	0,7	0,0		
N of Valid Cases	769,0				
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
barat2	nem sportol	Count	482,0	80,0	562,0
		% within barat2	85,8	14,2	100,0
		% within SP4_3	92,9	34,8	75,0
	sportol	Count	37,0	150,0	187,0
		% within barat2	19,8	80,2	100,0
		% within SP4_3	7,1	65,2	25,0
	Total	Count	519,0	230,0	749,0
		% within barat2	69,3	30,7	100,0
		% within SP4_3	100,0	100,0	100,0
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig (1-sided)
Pearson Chi-Square	287,1	1,0	0,0		
Continuity Correction	284,0	1,0	0,0		
Likelihood Ratio	277,9	1,0	0,0		
Fisher's Exact Test				0,0	0,0
Linear-by-Linear Association	286,7	1,0	0,0		
N of Valid Cases	749,0				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 57,42.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,62	0,0		
	Cramer's V	0,6	0,0		
N of Valid Cases		749,0			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
barat3	nem sportol	Count	481,0	100,0	581,0
		% within barat3	82,8	17,2	100,0
		% within SP4_3	95,4	46,3	80,7
	sportol	Count	23,0	116,0	139,0
		% within barat3	16,5	83,5	100,0
		% within SP4_3	4,6	53,7	19,3
	Total	Count	504,0	216,0	720,0
		% within barat3	70,0	30,0	100,0
		% within SP4_3	100,0	100,0	100,0
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	234,4	1,0	0,0		
Continuity Correction	231,2	1,0	0,0		
Likelihood Ratio	221,3	1,0	0,0		
Fisher's Exact Test				0,0	0,0
Linear-by-Linear Association	234,0	1,0	0,0		
N of Valid Cases	720,0				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 41,70.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,57	0,0		
	Cramer's V	0,6	0,0		
N of Valid Cases		720,0			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
általános iskola	Szeret ált isk	Count	184,0	33,0	217,0
		% within SP12A1	84,8	15,2	100,0
		% within SP4_3	33,6	12,8	26,9
	Nem szeret ált isk	Count	364,0	225,0	589,0
		% within SP12A1	61,8	38,2	100,0
		% within SP4_3	66,4	87,2	73,1
	Total	Count	548,0	258,0	806,0
		% within SP12A1	68,0	32,0	100,0
		% within SP4_3	100,0	100,0	100,0
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	38,5	1,0	0,0		
Continuity Correction	37,5	1,0	0,0		
Likelihood Ratio	42,2	1,0	0,0		
Fisher's Exact Test				0,0	0,0
Linear-by-Linear Association	38,5	1,0	0,0		
N of Valid Cases	806,0				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 69,80.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,22	0,0		
	Cramer's V	0,2	0,0		
N of Valid Cases		806,0			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
középiskola	nem szeret középisk	Count	162,0	31,0	193,0
		% within SP12B1	83,9	16,1	100,0
		% within SP4_3	41,4	12,8	30,4
	szeret középisk	Count	229,0	212,0	441,0
		% within SP12B1	51,9	48,1	100,0
		% within SP4_3	58,6	87,2	69,6
	Total	Count	391,0	243,0	634,0
		% within SP12B1	61,7	38,3	100,0
		% within SP4_3	100,0	100,0	100,0
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	58,2	1,0	0,0		
Continuity Correction	56,8	1,0	0,0		
Likelihood Ratio	63,2	1,0	0,0		
Fisher's Exact Test				0,0	0,0
Linear-by-Linear Association	58,1	1,0	0,0		
N of Valid Cases	634,0				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 69,80.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,30	0,0		
	Cramer's V	0,3	0,0		
N of Valid Cases		634,0			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
felsőoktatás	nem szeret fesőokt	Count	51,0	12,0	63,0
		% within SP12C1	81,0	19,0	100,0
		% within SP4_3	64,6	16,4	41,4
	szeret felsőokt	Count	28,0	61,0	89,0
		% within SP12C1	31,5	68,5	100,0
		% within SP4_3	35,4	83,6	58,6
	Total	Count	79,0	73,0	152,0
		% within SP12C1	52,0	48,0	100,0
		% within SP4_3	100,0	100,0	100,0
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	36,2	1,0	0,0		
Continuity Correction	34,2	1,0	0,0		
Likelihood Ratio	38,3	1,0	0,0		
Fisher's Exact Test				0,0	
Linear-by-Linear Association	36,0	1,0	0,0		
N of Valid Cases	152,0				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 69,80.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,49	0,0		
	Cramer's V	0,5	0,0		
N of Valid Cases		152,0			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

7. Melléklet: A válaszadó és társas környezetének sportolása közötti összefüggések – férfiak

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
Partner / házastárs	nem sportol	Count	234,00	76,00	310,00
		% within partner/házastárs	75,48	24,52	100,00
		% within SP4_3	96,30	62,81	85,16
	sportol	Count	9,00	45,00	54,00
		% within partner/házastárs	16,67	83,33	100,00
		% within SP4_3	3,70	37,19	14,84
	Total	Count	243,00	121,00	364,00
		% within partner/házastárs	66,76	33,24	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	71,69	1,00	0,00		
Continuity Correction	69,07	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	68,95	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	71,50	1,00	0,00		
N of Valid Cases	364,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 69,80.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,44	0,00		
	Cramer's V	0,44	0,00		
N of Valid Cases		364,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
Testvér1	nem sportol	Count	214,00	80,00	294,00
		% within testver1	72,79	27,21	100,00
		% within SP4_3	95,96	63,49	84,24
	sportol	Count	9,00	46,00	55,00
		% within testver1	16,36	83,64	100,00
		% within SP4_3	4,04	36,51	15,76
	Total	Count	223,00	126,00	349,00
		% within testver1	63,90	36,10	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	63,95	1,00	0,00		
Continuity Correction	61,52	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	63,29	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	63,76	1,00	0,00		
N of Valid Cases	349,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 19,86.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,43	0,00		
	Cramer's V	0,43	0,00		
N of Valid Cases		349,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
Gyerek1	nem sportol	Count	169,00	55,00	224,00
		% within gyerek1	75,45	24,55	100,00
		% within SP4_3	74,78	60,44	70,66
	sportol	Count	57,00	36,00	93,00
		% within gyerek1	61,29	38,71	100,00
		% within SP4_3	25,22	39,56	29,34
	Total	Count	226,00	91,00	317,00
		% within gyerek1	71,29	28,71	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	6,43	1,00	0,01		
Continuity Correction	5,76	1,00	0,02		
Likelihood Ratio	6,24	1,00	0,01		
Fisher's Exact Test				0,01	0,01
Linear-by-Linear Association	6,41	1,00	0,01		
N of Valid Cases	317,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 26,70.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,14	0,01		
	Cramer's V	0,14	0,01		
N of Valid Cases		317,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
Barat1	nem sportol	Count	210,00	32,00	242,00
		% within barat1	86,78	13,22	100,00
		% within SP4_3	89,74	22,70	64,53
	sportol	Count	24,00	109,00	133,00
		% within barat1	18,05	81,95	100,00
		% within SP4_3	10,26	77,30	35,47
	Total	Count	234,00	141,00	375,00
		% within barat1	62,40	37,60	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	172,81	1,00	0,00		
Continuity Correction	169,90	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	181,93	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	172,35	1,00	0,00		
N of Valid Cases	375,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 50,01.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,68	0,00		
	Cramer's V	0,68	0,00		
N of Valid Cases		375,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
Barat2	nem sportol	Count	208,00	37,00	245,00
		% within barat2	84,90	15,10	100,00
		% within SP4_3	91,23	27,82	67,87
	sportol	Count	20,00	96,00	116,00
		% within barat2	17,24	82,76	100,00
		% within SP4_3	8,77	72,18	32,13
	Total	Count	228,00	133,00	361,00
		% within barat2	63,16	36,84	100,00
% within SP4_3		100,00	100,00	100,00	
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	154,87	1,00	0,00		
Continuity Correction	151,98	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	160,51	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	154,44	1,00	0,00		
N of Valid Cases	361,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 42,74.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,65	0,00		
	Cramer's V	0,65	0,00		
N of Valid Cases		361,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
Barat3	nem sportol	Count	212,00	50,00	262,00
		% within barat3	80,92	19,08	100,00
		% within SP4_3	94,64	39,68	74,86
	sportol	Count	12,00	76,00	88,00
		% within barat3	13,64	86,36	100,00
		% within SP4_3	5,36	60,32	25,14
	Total	Count	224,00	126,00	350,00
		% within barat3	64,00	36,00	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	129,42	1,00	0,00		
Continuity Correction	126,52	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	131,87	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	129,05	1,00	0,00		
N of Valid Cases	350,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 31,68.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,61	0,00		
	Cramer's V	0,61	0,00		
N of Valid Cases		350,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
Általános iskola	nem szeret áltisk	Count	64,00	12,00	76,00
		% within SP12A1	84,21	15,79	100,00
		% within SP4_3	25,91	8,51	19,59
	Szeret áltisk	Count	183,00	129,00	312,00
		% within SP12A1	58,65	41,35	100,00
		% within SP4_3	74,09	91,49	80,41
	Total	Count	247,00	141,00	388,00
		% within SP12A1	63,66	36,34	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	17,25	1,00	0,00		
Continuity Correction	16,17	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	19,12	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	17,21	1,00	0,00		
N of Valid Cases	388,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 27,62.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,21	0,00		
	Cramer's V	0,21	0,00		
N of Valid Cases		388,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
Középiskola	nem szeret középisk	Count	53,00	12,00	65,00
		% within SP12B1	81,54	18,46	100,00
		% within SP4_3	29,78	9,09	20,97
	Szeret középisk	Count	125,00	120,00	245,00
		% within SP12B1	51,02	48,98	100,00
		% within SP4_3	70,22	90,91	79,03
	Total	Count	178,00	132,00	310,00
		% within SP12B1	57,42	42,58	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	19,57	1,00	0,00		
Continuity Correction	18,34	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	21,18	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	19,51	1,00	0,00		
N of Valid Cases	310,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 27,68.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,25	0,00		
	Cramer's V	0,25	0,00		
N of Valid Cases		310,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
Felsőoktatás	nem szeret fesőokt	Count	24,00	5,00	29,00
		% within SP12C1	82,76	17,24	100,00
		% within SP4_3	64,86	13,16	38,67
	Szeret felsőokt	Count	13,00	33,00	46,00
		% within SP12C1	28,26	71,74	100,00
		% within SP4_3	35,14	86,84	61,33
	Total	Count	37,00	38,00	75,00
		% within SP12C1	49,33	50,67	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	21,13	1,00	0,00		
Continuity Correction	19,01	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	22,52	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	20,85	1,00	0,00		
N of Valid Cases	75,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14,31.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,53	0,00		
	Cramer's V	0,53	0,00		
N of Valid Cases		75,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
tanár - általános	nem szeret tanár áltisk	Count	38,00	9,00	47,00
		% within SP14_11	80,85	19,15	100,00
		% within SP4_3	16,89	6,77	13,13
	szeret tanár áltisk	Count	187,00	124,00	311,00
		% within SP14_11	60,13	39,87	100,00
		% within SP4_3	83,11	93,23	86,87
	Total	Count	225,00	133,00	358,00
		% within SP14_11	62,85	37,15	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	7,51	1,00	0,01		
Continuity Correction	6,65	1,00	0,01		
Likelihood Ratio	8,19	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,01	0,00
Linear-by-Linear Association	7,49	1,00	0,01		
N of Valid Cases	358,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 17,46.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,14	0,01		
	Cramer's V	0,14	0,01		
N of Valid Cases		358,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
tanár - középiskola	nem szeret tanár középisk	Count	33,00	7,00	40,00
		% within SP14_21	82,50	17,50	100,00
		% within SP4_3	20,89	6,03	14,60
	szeret tanár középisk	Count	125,00	109,00	234,00
		% within SP14_21	53,42	46,58	100,00
		% within SP4_3	79,11	93,97	85,40
	Total	Count	158,00	116,00	274,00
		% within SP14_21	57,66	42,34	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	11,83	1,00	0,00		
Continuity Correction	10,67	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	12,99	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	11,79	1,00	0,00		
N of Valid Cases	274,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16,93.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,21	0,00		
	Cramer's V	0,21	0,00		
N of Valid Cases		274,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
tanár - felsőoktatás	nem szeret tanár felsőokt	Count	19,00	5,00	24,00
		% within SP14_31	79,17	20,83	100,00
		% within SP4_3	52,78	17,24	36,92
	szeret tanár felsőokt	Count	17,00	24,00	41,00
		% within SP14_31	41,46	58,54	100,00
		% within SP4_3	47,22	82,76	63,08
	Total	Count	36,00	29,00	65,00
		% within SP14_31	55,38	44,62	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	8,71	1,00	0,00		
Continuity Correction	7,25	1,00	0,01		
Likelihood Ratio	9,15	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	8,57	1,00	0,00		
N of Valid Cases	65,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,71.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,37	0,00		
	Cramer's V	0,37	0,00		
N of Valid Cases		65,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

8. Melléklet: A válaszadó és társas környezetének sportolása közötti összefüggések – nők

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
partner/házastárs	nem sportol	Count	291,00	51,00	342,00
		% within partner/házastárs	85,09	14,91	100,00
		% within SP4_3	95,41	53,13	85,29
	sportol	Count	14,00	45,00	59,00
		% within partner/házastárs	23,73	76,27	100,00
		% within SP4_3	4,59	46,88	14,71
	Total	Count	305,00	96,00	401,00
		% within partner/házastárs	76,06	23,94	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	104,04	1,00	0,00		
Continuity Correction	100,70	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	88,67	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	103,78	1,00	0,00		
N of Valid Cases	401,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14,12.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,51	0,00		
	Cramer's V	0,51	0,00		
N of Valid Cases		401,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
anya	nem sportol	Count	281,00	90,00	371,00
		% within anya	75,74	24,26	100,00
		% within SP4_3	99,65	86,54	96,11
	sportol	Count	1,00	14,00	15,00
		% within anya	6,67	93,33	100,00
		% within SP4_3	0,35	13,46	3,89
	Total	Count	282,00	104,00	386,00
		% within anya	73,06	26,94	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
Testver1	nem sportol	Count	276,00	50,00	326,00
		% within testver1	84,66	15,34	100,00
		% within SP4_3	94,85	54,95	85,34
	sportol	Count	15,00	41,00	56,00
		% within testver1	26,79	73,21	100,00
		% within SP4_3	5,15	45,05	14,66
	Total	Count	291,00	91,00	382,00
		% within testver1	76,18	23,82	100,00
% within SP4_3		100,00	100,00	100,00	
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	88,22	1,00	0,00		
Continuity Correction	85,05	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	74,97	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	87,98	1,00	0,00		
N of Valid Cases	382,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,34.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,48	0,00		
	Cramer's V	0,48	0,00		
N of Valid Cases		382,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
apa	nem sportol	Count	271,00	85,00	356,00
		% within apa	76,12	23,88	100,00
		% within SP4_3	98,55	88,54	95,96
	sportol	Count	4,00	11,00	15,00
		% within apa	26,67	73,33	100,00
		% within SP4_3	1,45	11,46	4,04
	Total	Count	275,00	96,00	371,00
		% within apa	74,12	25,88	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
Gyerek1	nem sportol	Count	237,00	29,00	266,00
		% within gyerek1	89,10	10,90	100,00
		% within SP4_3	75,96	37,66	68,38
	sportol	Count	75,00	48,00	123,00
		% within gyerek1	60,98	39,02	100,00
		% within SP4_3	24,04	62,34	31,62
	Total	Count	312,00	77,00	389,00
		% within gyerek1	80,21	19,79	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	41,90	1,00	0,00		
Continuity Correction	40,14	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	39,29	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	41,79	1,00	0,00		
N of Valid Cases	389,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 24,35.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,33	0,00		
	Cramer's V	0,33	0,00		
N of Valid Cases		389,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
Barát1	nem sportol	Count	270,00	37,00	307,00
		% within barát1	87,95	12,05	100,00
		% within SP4_3	92,47	35,92	77,72
	sportol	Count	22,00	66,00	88,00
		% within barát1	25,00	75,00	100,00
		% within SP4_3	7,53	64,08	22,28
	Total	Count	292,00	103,00	395,00
		% within barát1	73,92	26,08	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	140,59	1,00	0,00		
Continuity Correction	137,35	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	128,44	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	140,24	1,00	0,00		
N of Valid Cases	395,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 22,95.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,60	0,00		
	Cramer's V	0,60	0,00		
N of Valid Cases		395,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
Barát2	nem sportol	Count	273,00	42,00	315,00
		% within barat2	86,67	13,33	100,00
		% within SP4_3	94,14	43,30	81,40
	sportol	Count	17,00	55,00	72,00
		% within barat2	23,61	76,39	100,00
		% within SP4_3	5,86	56,70	18,60
	Total	Count	290,00	97,00	387,00
		% within barat2	74,94	25,06	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	124,06	1,00	0,00		
Continuity Correction	120,73	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	109,71	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	123,74	1,00	0,00		
N of Valid Cases	387,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 18,05.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,57	0,00		
	Cramer's V	0,57	0,00		
N of Valid Cases		387,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
Barát3	nem sportol	Count	270,00	51,00	321,00
		% within barat3	84,11	15,89	100,00
		% within SP4_3	96,09	56,04	86,29
	sportol	Count	11,00	40,00	51,00
		% within barat3	21,57	78,43	100,00
		% within SP4_3	3,91	43,96	13,71
	Total	Count	281,00	91,00	372,00
		% within barat3	75,54	24,46	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	93,16	1,00	0,00		
Continuity Correction	89,81	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	79,67	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	92,91	1,00	0,00		
N of Valid Cases	372,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12,48.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,50	0,00		
	Cramer's V	0,50	0,00		
N of Valid Cases		372,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
általános iskola	nem szeret áltisk	Count	119,00	21,00	140,00
		% within SP12A1	85,00	15,00	100,00
		% within SP4_3	39,80	17,95	33,65
	szeret áltisk	Count	180,00	96,00	276,00
		% within SP12A1	65,22	34,78	100,00
		% within SP4_3	60,20	82,05	66,35
	Total	Count	299,00	117,00	416,00
		% within SP12A1	71,88	28,13	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	17,98	1,00	0,00		
Continuity Correction	17,02	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	19,32	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	17,94	1,00	0,00		
N of Valid Cases	416,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 39,38.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,21	0,00		
	Cramer's V	0,21	0,00		
N of Valid Cases		416,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
középiskola	nem szeret középisk	Count	108,00	19,00	127,00
		% within SP12B1	85,04	14,96	100,00
		% within SP4_3	50,94	17,12	39,32
	szeret középisk	Count	104,00	92,00	196,00
		% within SP12B1	53,06	46,94	100,00
		% within SP4_3	49,06	82,88	60,68
	Total	Count	212,00	111,00	323,00
		% within SP12B1	65,63	34,37	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	34,94	1,00	0,00		
Continuity Correction	33,54	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	37,48	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	34,83	1,00	0,00		
N of Valid Cases	323,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 43,64.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,33	0,00		
	Cramer's V	0,33	0,00		
N of Valid Cases		323,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
felsőoktatás	nem szeret felsőokt	Count	27,00	6,00	33,00
		% within SP12C1	81,82	18,18	100,00
		% within SP4_3	64,29	17,65	43,42
	szeret felsőokt	Count	15,00	28,00	43,00
		% within SP12C1	34,88	65,12	100,00
		% within SP4_3	35,71	82,35	56,58
	Total	Count	42,00	34,00	76,00
		% within SP12C1	55,26	44,74	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	16,64	1,00	0,00		
Continuity Correction	14,79	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	17,60	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	16,42	1,00	0,00		
N of Valid Cases	76,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14,76.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,47	0,00		
	Cramer's V	0,47	0,00		
N of Valid Cases		76,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
tanár - általános	nem szeret tanár áltisk	Count	59,00	18,00	77,00
		% within SP14_11	76,62	23,38	100,00
		% within SP4_3	20,00	16,82	19,15
	szeret tanár áltisk	Count	236,00	89,00	325,00
		% within SP14_11	72,62	27,38	100,00
		% within SP4_3	80,00	83,18	80,85
	Total	Count	295,00	107,00	402,00
		% within SP14_11	73,38	26,62	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	0,51	1,00	0,47		
Continuity Correction	0,33	1,00	0,57		
Likelihood Ratio	0,52	1,00	0,47		
Fisher's Exact Test				0,57	0,29
Linear-by-Linear Association	0,51	1,00	0,47		
N of Valid Cases	402,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 20,50.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,04	0,47		
	Cramer's V	0,04	0,47		
N of Valid Cases		402,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
tanár - középiskola	nem szeret tanár középisk	Count	49,00	13,00	62,00
		% within SP14_21	79,03	20,97	100,00
		% within SP4_3	25,79	12,50	21,09
	szeret tanár középisk	Count	141,00	91,00	232,00
		% within SP14_21	60,78	39,22	100,00
		% within SP4_3	74,21	87,50	78,91
	Total	Count	190,00	104,00	294,00
		% within SP14_21	64,63	35,37	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	7,13	1,00	0,01		
Continuity Correction	6,36	1,00	0,01		
Likelihood Ratio	7,61	1,00	0,01		
Fisher's Exact Test				0,01	0,00
Linear-by-Linear Association	7,11	1,00	0,01		
N of Valid Cases	294,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21,93.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,16	0,01		
	Cramer's V	0,16	0,01		
N of Valid Cases		294,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
tanár - felsőoktatás	nem szeret tanár felsőokt	Count	10,00	4,00	14,00
		% within SP14_31	71,43	28,57	100,00
		% within SP4_3	31,25	13,33	22,58
	szeret tanár felsőokt	Count	22,00	26,00	48,00
		% within SP14_31	45,83	54,17	100,00
		% within SP4_3	68,75	86,67	77,42
	Total	Count	32,00	30,00	62,00
		% within SP14_31	51,61	48,39	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,84	1,00	0,09		
Continuity Correction	1,91	1,00	0,17		
Likelihood Ratio	2,93	1,00	0,09		
Fisher's Exact Test				0,13	0,08
Linear-by-Linear Association	2,80	1,00	0,09		
N of Valid Cases	62,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,77.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,21	0,09		
	Cramer's V	0,21	0,09		
N of Valid Cases		62,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

9. Melléklet: A válaszadó és társas környezetének sportolása közötti összefüggések – 15-20 évesek

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
testver1	sportol	Count	27,00	19,00	46,00
		% within testver1	58,70	41,30	100,00
		% within SP4_3	96,43	37,25	58,23
	nem sportol	Count	1,00	32,00	33,00
		% within testver1	3,03	96,97	100,00
		% within SP4_3	3,57	62,75	41,77
	Total	Count	28,00	51,00	79,00
		% within testver1	35,44	64,56	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	26,02	1,00	0,00		
Continuity Correction	23,65	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	31,39	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	25,69	1,00	0,00		
N of Valid Cases	79,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,70.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,57	0,00		
	Cramer's V	0,57	0,00		
N of Valid Cases		79,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
barat1	sportol	Count	29,00	5,00	34,00
		% within barat1	85,29	14,71	100,00
		% within SP4_3	85,29	9,26	38,64
	nem sportol	Count	5,00	49,00	54,00
		% within barat1	9,26	90,74	100,00
		% within SP4_3	14,71	90,74	61,36
	Total	Count	34,00	54,00	88,00
		% within barat1	38,64	61,36	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	50,88	1,00	0,00		
Continuity Correction	47,72	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	55,70	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	50,30	1,00	0,00		
N of Valid Cases	88,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,14.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,76	0,00		
	Cramer's V	0,76	0,00		
N of Valid Cases		88,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
barat2	sportol	Count	29,00	9,00	38,00
		% within barat2	76,32	23,68	100,00
		% within SP4_3	85,29	17,31	44,19
	nem sportol	Count	5,00	43,00	48,00
		% within barat2	10,42	89,58	100,00
		% within SP4_3	14,71	82,69	55,81
	Total	Count	34,00	52,00	86,00
		% within barat2	39,53	60,47	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	38,53	1,00	0,00		
Continuity Correction	35,82	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	41,74	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	38,08	1,00	0,00		
N of Valid Cases	86,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15,02.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,67	0,00		
	Cramer's V	0,67	0,00		
N of Valid Cases		86,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
barat3	sportol	Count	30,00	15,00	45,00
		% within barat3	66,67	33,33	100,00
		% within SP4_3	90,91	28,85	52,94
	nem sportol	Count	3,00	37,00	40,00
		% within barat3	7,50	92,50	100,00
		% within SP4_3	9,09	71,15	47,06
	Total	Count	33,00	52,00	85,00
		% within barat3	38,82	61,18	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	31,21	1,00	0,00		
Continuity Correction	28,77	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	34,95	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	30,85	1,00	0,00		
N of Valid Cases	85,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15,53.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,61	0,00		
	Cramer's V	0,61	0,00		
N of Valid Cases		85,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

10. Melléklet: A válaszadó és társas környezetének sportolása közötti összefüggések – 21-30 évesek

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
partner/házastárs	sportol	Count	63,00	27,00	90,00
		% within partner/házastárs	70,00	30,00	100,00
		% within SP4_3	86,30	50,94	71,43
	nem sportol	Count	10,00	26,00	36,00
		% within partner/házastárs	27,78	72,22	100,00
		% within SP4_3	13,70	49,06	28,57
	Total	Count	73,00	53,00	126,00
		% within partner/házastárs	57,94	42,06	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	18,81	1,00	0,00		
Continuity Correction	17,12	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	18,99	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	18,66	1,00	0,00		
N of Valid Cases	126,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15,14.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,39	0,00		
	Cramer's V	0,39	0,00		
N of Valid Cases		126,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
testver1	sportol	Count	65,00	34,00	99,00
		% within testver1	65,66	34,34	100,00
		% within SP4_3	87,84	53,13	71,74
	nem sportol	Count	9,00	30,00	39,00
		% within testver1	23,08	76,92	100,00
		% within SP4_3	12,16	46,88	28,26
	Total	Count	74,00	64,00	138,00
		% within testver1	53,62	46,38	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	20,40	1,00	0,00		
Continuity Correction	18,72	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	21,08	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	20,25	1,00	0,00		
N of Valid Cases	138,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 18,09.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,38	0,00		
	Cramer's V	0,38	0,00		
N of Valid Cases		138,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
barat1	sportol	Count	63,00	17,00	80,00
		% within barat1	78,75	21,25	100,00
		% within SP4_3	82,89	25,00	55,56
	nem sportol	Count	13,00	51,00	64,00
		% within barat1	20,31	79,69	100,00
		% within SP4_3	17,11	75,00	44,44
	Total	Count	76,00	68,00	144,00
		% within barat1	52,78	47,22	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	48,72	1,00	0,00		
Continuity Correction	46,40	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	51,82	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	48,38	1,00	0,00		
N of Valid Cases	144,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 30,22.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,58	0,00		
	Cramer's V	0,58	0,00		
N of Valid Cases		144,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
barat2	sportol	Count	64,00	19,00	83,00
		% within barat2	77,11	22,89	100,00
		% within SP4_3	83,12	30,16	59,29
	nem sportol	Count	13,00	44,00	57,00
		% within barat2	22,81	77,19	100,00
		% within SP4_3	16,88	69,84	40,71
	Total	Count	77,00	63,00	140,00
		% within barat2	55,00	45,00	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	40,26	1,00	0,00		
Continuity Correction	38,10	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	42,17	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	39,97	1,00	0,00		
N of Valid Cases	140,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 25,65.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,54	0,00		
	Cramer's V	0,54	0,00		
N of Valid Cases		140,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
barat3	sportol	Count	68,00	22,00	90,00
		% within barat3	75,56	24,44	100,00
		% within SP4_3	91,89	39,29	69,23
	nem sportol	Count	6,00	34,00	40,00
		% within barat3	15,00	85,00	100,00
		% within SP4_3	8,11	60,71	30,77
	Total	Count	74,00	56,00	130,00
		% within barat3	56,92	43,08	100,00
% within SP4_3		100,00	100,00	100,00	
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	41,41	1,00	0,00		
Continuity Correction	38,98	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	43,79	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	41,09	1,00	0,00		
N of Valid Cases	130,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 17,23.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,56	0,00		
	Cramer's V	0,56	0,00		
N of Valid Cases		130,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

11. Melléklet: A válaszadó és társas környezetének sportolása közötti összefüggések – 31-40 évesek

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
partner/házastárs	sportol	Count	76,00	27,00	103,00
		% within partner/házastárs	73,79	26,21	100,00
		% within SP4_3	93,83	45,76	73,57
	nem sportol	Count	5,00	32,00	37,00
		% within partner/házastárs	13,51	86,49	100,00
		% within SP4_3	6,17	54,24	26,43
	Total	Count	81,00	59,00	140,00
		% within partner/házastárs	57,86	42,14	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	40,56	1,00	0,00		
Continuity Correction	38,12	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	42,80	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	40,27	1,00	0,00		
N of Valid Cases	140,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15,59.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,54	0,00		
	Cramer's V	0,54	0,00		
N of Valid Cases		140,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
testvér1	sportol	Count	75,00	32,00	107,00
		% within testvér1	70,09	29,91	100,00
		% within SP4_3	92,59	65,31	82,31
	nem sportol	Count	6,00	17,00	23,00
		% within testvér1	26,09	73,91	100,00
		% within SP4_3	7,41	34,69	17,69
	Total	Count	81,00	49,00	130,00
		% within testvér1	62,31	37,69	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	15,61	1,00	0,00		
Continuity Correction	13,79	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	15,30	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	15,49	1,00	0,00		
N of Valid Cases	130,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,67.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,35	0,00		
	Cramer's V	0,35	0,00		
N of Valid Cases		130,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
gyerek1	sportol	Count	45,00	17,00	62,00
		% within gyerek1	72,58	27,42	100,00
		% within SP4_3	56,96	36,17	49,21
	nem sportol	Count	34,00	30,00	64,00
		% within gyerek1	53,13	46,88	100,00
		% within SP4_3	43,04	63,83	50,79
	Total	Count	79,00	47,00	126,00
		% within gyerek1	62,70	37,30	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5,10	1,00	0,02		
Continuity Correction	4,30	1,00	0,04		
Likelihood Ratio	5,15	1,00	0,02		
Fisher's Exact Test				0,03	0,02
Linear-by-Linear Association	5,06	1,00	0,02		
N of Valid Cases	126,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 23,13.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,20	0,02		
	Cramer's V	0,20	0,02		
N of Valid Cases		126,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
barat1	sportol	Count	65,00	17,00	82,00
		% within barat1	79,27	20,73	100,00
		% within SP4_3	86,67	29,82	62,12
	nem sportol	Count	10,00	40,00	50,00
		% within barat1	20,00	80,00	100,00
		% within SP4_3	13,33	70,18	37,88
	Total	Count	75,00	57,00	132,00
		% within barat1	56,82	43,18	100,00
% within SP4_3		100,00	100,00	100,00	
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	44,47	1,00	0,00		
Continuity Correction	42,09	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	46,79	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	44,13	1,00	0,00		
N of Valid Cases	132,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21,59.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,58	0,00		
	Cramer's V	0,58	0,00		
N of Valid Cases		132,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
barat2	sportol	Count	66,00	16,00	82,00
		% within barat2	80,49	19,51	100,00
		% within SP4_3	90,41	30,77	65,60
	nem sportol	Count	7,00	36,00	43,00
		% within barat2	16,28	83,72	100,00
		% within SP4_3	9,59	69,23	34,40
	Total	Count	73,00	52,00	125,00
		% within barat2	58,40	41,60	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	47,87	1,00	0,00		
Continuity Correction	45,26	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	50,59	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	47,49	1,00	0,00		
N of Valid Cases	125,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 17,89.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,62	0,00		
	Cramer's V	0,62	0,00		
N of Valid Cases		125,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
barat3	sportol	Count	65,00	25,00	90,00
		% within barat3	72,22	27,78	100,00
		% within SP4_3	91,55	51,02	75,00
	nem sportol	Count	6,00	24,00	30,00
		% within barat3	20,00	80,00	100,00
		% within SP4_3	8,45	48,98	25,00
	Total	Count	71,00	49,00	120,00
		% within barat3	59,17	40,83	100,00
% within SP4_3		100,00	100,00	100,00	
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	25,40	1,00	0,00		
Continuity Correction	23,28	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	25,92	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	25,19	1,00	0,00		
N of Valid Cases	120,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12,25.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,46	0,00		
	Cramer's V	0,46	0,00		
N of Valid Cases		120,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

12. Melléklet: A válaszadó és társas környezetének sportolása közötti összefüggések 41 év felettiek

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
partner/házastárs	sportol	Count	359,00	52,00	411,00
		% within partner/házastárs	87,35	12,65	100,00
		% within SP4_3	97,82	63,41	91,54
	nem sportol	Count	8,00	30,00	38,00
		% within partner/házastárs	21,05	78,95	100,00
		% within SP4_3	2,18	36,59	8,46
	Total	Count	367,00	82,00	449,00
		% within partner/házastárs	81,74	18,26	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	102,41	1,00	0,00		
Continuity Correction	98,02	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	75,63	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	102,19	1,00	0,00		
N of Valid Cases	449,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,94.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,48	0,00		
	Cramer's V	0,48	0,00		
N of Valid Cases		449,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
gyerek1	sportol	Count	275,00	25,00	300,00
		% within gyerek1	91,67	8,33	100,00
		% within SP4_3	74,93	33,78	68,03
	nem sportol	Count	92,00	49,00	141,00
		% within gyerek1	65,25	34,75	100,00
		% within SP4_3	25,07	66,22	31,97
	Total	Count	367,00	74,00	441,00
		% within gyerek1	83,22	16,78	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	47,94	1,00	0,00		
Continuity Correction	46,07	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	44,76	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	47,83	1,00	0,00		
N of Valid Cases	441,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 23,66.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,33	0,00		
	Cramer's V	0,33	0,00		
N of Valid Cases		441,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
barat1	sportol	Count	323,00	30,00	353,00
		% within barat1	91,50	8,50	100,00
		% within SP4_3	95,00	45,45	86,95
	nem sportol	Count	17,00	36,00	53,00
		% within barat1	32,08	67,92	100,00
		% within SP4_3	5,00	54,55	13,05
	Total	Count	340,00	66,00	406,00
		% within barat1	83,74	16,26	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	119,54	1,00	0,00		
Continuity Correction	115,21	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	88,64	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	119,24	1,00	0,00		
N of Valid Cases	406,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,62.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,54	0,00		
	Cramer's V	0,54	0,00		
N of Valid Cases		406,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				

Crosstab		SP4_3			Total
			nem sportol	sportol	
barat2	sportol	Count	323,00	36,00	359,00
		% within barat2	89,97	10,03	100,00
		% within SP4_3	96,42	57,14	90,20
	nem sportol	Count	12,00	27,00	39,00
		% within barat2	30,77	69,23	100,00
		% within SP4_3	3,58	42,86	9,80
	Total	Count	335,00	63,00	398,00
		% within barat2	84,17	15,83	100,00
		% within SP4_3	100,00	100,00	100,00
Chi-Square Tests					
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	92,54	1,00	0,00		
Continuity Correction	88,15	1,00	0,00		
Likelihood Ratio	65,72	1,00	0,00		
Fisher's Exact Test				0,00	0,00
Linear-by-Linear Association	92,31	1,00	0,00		
N of Valid Cases	398,00				
a	Computed only for a 2x2 table				
b	0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,17.				
Symmetric Measures					
		Value	Approx. Sig.		
Nominal by Nominal	Phi	0,48	0,00		
	Cramer's V	0,48	0,00		
N of Valid Cases		398,00			
a	Not assuming the null hypothesis.				
b	Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.				